



Kati Pajari

LASTEN KULUTTAJATAITOJEN TUKEMINEN ALKUOPETUKSESSA

Kasvatustieteen kandidaatintyö
KASVATUSTIETEIDEN TIEDEKUNTA
Luokanopettajakoulutus

2019

Oulun yliopisto

Kasvatustieteiden tiedekunta

Lasten kuluttajataitojen tukeminen alkuopetuksessa (Kati Pajari)

Kandidaatintyö, 38 sivua

Tammikuu 2019

Hyvin pienetkin lapset oppivat asenteita rahan käyttämiseen ja monella alkuopetusikäisellä on jo ensimmäisiä kokemuksia itsestään taloudellisena toimijana. Opetussuunnitelmassa opetuksen tavoitteena on oppilaiden kannustaminen oman talouden hallintaan, kohtuullisuuteen ja säästäväisyyteen. Kuluttajakasvatuksen osittain abstraktin luonteen ja aiheen henkilökohtaisuuden vuoksi opetuksen suunnitelmallisuus korostuu. Jotta lapsi voisi kokea kuluttajakasvatuksen merkityksellisenä, opetusmenetelmien tulisi pohjautua oppijan omiin kokemuksiin ja arkeen. Kuluttajuutta on kuitenkin tutkittu vähän lasten näkökulmasta. Tässä tutkimuksessa tarkastellaan, miten lasten kuluttajataitoja voidaan tukea alkuopetuksessa. Tähän päätutkimuskysymykseen pyritään vastaamaan apukysymysten avulla: mistä kuluttajakasvatus koostuu sekä millaisia kokemuksia alkuopetusikäisillä lapsilla on itsestään kuluttajina. Kyseessä on laadullinen tutkimus, jossa lähestymistapa on fenomenografinen. Tutkimuskysymyksiin on pyritty vastaamaan kirjallisuuskatsauksella aiempiin tutkimuksiin. Lisäksi tutkimusta varten on haastateltu 2. luokan oppilaita sekä havainnoimalla heitä monialaisen opetuskokonaisuuden yhteydessä toteutetun kauppavierailun aikana. Pohjoismaisen ministerineuvoston (2010) jaottelun mukaan kuluttajakasvatuksen pääteemat ovat kestävä kulutus ja media- ja teknologialukutaito. Kuluttajakasvatuksessa tavoitteena on liittää nämä teemat kaikkiin kuluttajakasvatuksen neljään osa-alueeseen: kotitalouden hallinta ja osallisuus, kuluttajakauppa, yksityistalous, markkinointi ja kaupallinen media. Alkuopetusikäisille lapsille suunnattuja valmiita kuluttajakasvatusmateriaaleja ja lasten kirjallisuutta on heikosti saatavilla. Tavoitteena on osallistaa lapsia kodin toimintoihin ja päätöksentekoon. Haastatteluissa tuli ilmi, että osa lapsista osallistui kotona esimerkiksi ostoslistan tekemiseen. Opettaja on avainasemassa perheiden kannustamisessa avoimeen keskusteluun oman talouden hallinnasta ja suunnittelusta.

Avainsanat: kuluttajakasvatus, alkuopetus, lapset, kuluttajakäyttäytyminen, kuluttajuus, talous, kuluttajataidot

Sisällys

1 Johdanto	1
2 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset	4
2.1 Tutkimuskysymykset	4
2.2 Tutkimuksen keskeiset käsitteet	5
3 Lasten kuluttajakasvatuksesta	6
3.1 Perusteluja lasten kuluttajakasvatukselle	6
3.2 Kuluttajakasvatuksen toteuttaminen eri maissa	7
3.3 Kuluttajakasvatuksen pääteemat ja osa-alueet	7
3.4 Kuluttajakasvatuksen tavoitteita alkuopetusikäisille	9
3.5 Kuluttajakasvatuksen haasteita kouluissa	12
3.6 Opetuksen eheyttäminen ja opetusmenetelmät	13
3.7 Lasten omien kulutuskokemusten merkitys kuluttajakasvatuksen kannalta	13
4 Tutkimuksen toteuttaminen	15
4.1 Laadullinen tutkimus ja fenomenografinen lähestymistapa	15
4.2 Aineiston hankinta ja käsittely	15
5 Tulokset	19
5.1 Lasten omat rahat	19
5.2 Lasten omat ostokset	19
5.3 Lasten valintaperusteet ostokselle	21
5.4 Muiden ihmisten vaikutus ostopäätöksiin	22
5.5 Lasten osallistuminen perheen kulutuspäätöksiin	23
5.6 Lasten ajatuksia mainonnasta	24
5.7 Lasten ajatuksia omien ostopäätösten vaikutuksista omaan ympäristöön ja terveyteen	25
5.8 Lasten esittämiä kysymyksiä kauppiaille kauppavierailua varten	25
5.9 Havaintoja kauppavierailulta	26
6 Johtopäätökset	28
7 Pohdinta	31
7.1 Tutkimuksen eettisyyden pohdinta ja luotettavuuden arviointi	31
7.2 Jatkotutkimusehdotuksia	32
Lähteet	33
Liite 1 / Tutkimuslupahakemus	36
Liite 2 / Haastattelurunko	38

1 Johdanto

Kuluttajaliiton (2017) mukaan jo hyvin pienet lapset oppivat asenteita rahan käyttämiseen, ja kuluttajaksi kasvaminen alkaa ennen kouluikää. McNealin (2007, 278 ja 306) tutkimusten mukaan Yhdysvalloissa valtaosa lapsista tekee ensimmäiset itsenäiset ostoksensa 6-8,5 – vuotiaana, yleisimmin lapselle entuudestaan tutussa lähikaupassa. Suomesta vastaavaa tutkimusta ei löytynyt, mutta oletettavaa on, että myös Suomessa monella lapsella ensimmäiset itsenäiset ostokset ajoittuvat suunnilleen samoihin ikävuosiin koulun aloituksen kanssa. Näin ollen myös talousasiat tulevat lapsille entistä omakohtaisemmiksi. Perustellusti opetussuunnitelmassa on nyt yhtenä kulmakivenä arjen taidot: oppilaiden kannustaminen oman talouden hallintaan, kohtuullisuuteen ja säästäväisyyteen (Opetushallitus, 2014, 22). Kulutusta on kuitenkin tutkittu valitettavan vähän lasten ja lasten arjen näkökulmasta (Ruckenstein, 2013, 84; Wilska, T-A, 2008, 34; Martens, Southerton & Scott, 2004, 161).

Lasten rahankäyttö saa keskusteluissa helposti negatiivisia sävyjä, kun puhe kääntyy esimerkiksi puhelimilla tehtyihin peliostoksiin. Ruckensteinin (2013, 115) mukaan syynä tähän voi olla se, että digitalisaation myötä rahankäytöstä on tullut vaikeammin hallittavaa. Vanhemmilla ei välttämättä ole ymmärrystä tai osaamista rajoittaa toivomallaan tavalla lasten kulutusta. Lisäksi rahan arvon hahmottaminen voi Suomessa olla aiempaa haastavampaa niin lapsille kuin aikuisillekin, koska käteistä rahaa käytetään täällä entistä harvemmin. Tästä kertoo myös se, että maksuhäiriömerkintöjä on suomalaisilla vuosi vuodelta enemmän (esim. Talouselämä 19.6.2017).

Lapsilla olisi kuitenkin tärkeää saada itsestään kokemuksia taloudellisina toimijoina. Suojelunäkökulma, jossa lasta estetään tekemästä kulutuspäätöksiä, voi johtaa siihen, että täysi-ikäisyyden koittaessa taloudellinen päätöksenteko voi tuntua vieraalta, jopa pelottavalta. Omaa rahankäyttöä voi olla myös hankala hahmottaa. Lasten osallisuus lähteekin siitä, että he pääsevät aidosti tekemään päätöksiä omassa lähiympäristössään arkisissa tilanteissa (Turja, 2012, 47). Myös lain puitteissa lapsilla on oikeus tehdä luonteeltaan tavanomaisia ja merkitykseltään vähäisiä ostoksia (Holhustoimilaki, 24 §).

Lasten kuluttajataitojen edistämisessä on havaittavissa kasvatettavan ja yhteiskunnan välinen jännitteisyys. Kuluttajataidot koetaan tärkeiksi, mutta raha on ainakin suomalaisessa kulttuurikontekstissa teema, joka koetaan usein kiusalliseksi ja henkilökohtaiseksi

keskustelunaiheeksi. Esimerkiksi Ruckenstein (2013, 126-128) huomasi, että useimmista vanhemmista rahasta puhuminen tuntui vaivaannuttavalta hänen haastattellessaan Helsingissä esikouluikäisten vanhempia tutkimustaan varten. Vanhemmat myös kertoivat vastauksissaan asioita, joita he olettivat haastattelijan pitävän tärkeinä: säästäväisyys ja lasten halujen rajoittaminen toistuivat vastauksissa (Ruckenstein, 2013, 128). Käytännössä monen kuluttajan mieli vaeltaa jatkuvasti ostoksilla käymiseen liittyvän nautinnon ja syyllisyyden vuoropuhelun kehää. Tämä ristiriitaisuus vaikuttaa myös lasten kuluttajiksi kasvamiseen. (Raijas & Wilska, 2008, 12.)

Vaikka oppimista voi tapahtua ilman opetustakin (Siljander, 2014, 61), niin kuluttajakasvatuksen osittain abstraktin luonteen vuoksi opetusta tarvitaan. Myös aiheen henkilökohtaisuuden vuoksi kuluttajataitojen edistämisessä Siljanderin (2014, 57) mainitsema opetuksen suunnitelmallisuus korostuu. Opetussisällön, toteutustavan ja oppimiskontekstin organisoimisen suunnittelua tarvitaan, jotta tasa-arvo toteutuisi, eikä oppilas tuntisi oloaan syrjityksi esimerkiksi sosioekonomisen taustansa vuoksi. Ridge (2002) on haastattelututkimuksessaan havainnut, että lapset tuntevat häpeää ja yrittävät välttää tilanteita, joissa heidän heikko taloudellinen asemansa voisi paljastua.

Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteissa (myöhemmin tässä tutkimuksessa lyhyemmin ilmaistuna opetussuunnitelmassa) omaan rahankäyttöön ja omien kulutus päätösten vaikutuksiin perehdytään enemmän 4. vuosiluokalta alkaen, kun yhteiskuntaopin oppiaineen opetus alkaa (Opetushallitus, 2014, 260-262). Kuluttajakasvatus näkyy kuitenkin jo alkuopetuksessa laaja-alaisten oppimistavoitteiden myötä: oppilaita ohjataan esimerkiksi kriittiseen kuluttajuuteen sekä miettimään, mitä on taloudellisuus, kohtuullisuus ja ympäristön huomioon ottaminen kuluttajan tekemissä päätöksissä (Opetushallitus, 2014, 99-101). Jotta lapsi pystyisi kokemaan kuluttajakasvatuksen merkityksellisenä omassa elämässään, opetusmenetelmien tulee perustua oppijan omaan kokemuspohjaan ja päivittäisiin ilmiöihin. Lapsen oma arki on oppilaalle tutuin viitekehys. (Pohjoismaiden ministerineuvosto, 2010, 25).

Seuraavassa luvussa esitellään tutkimuksen tavoitteet sekä tutkimuskysymykset. Lisäksi määritellään näiden kannalta keskeisiä käsitteitä. Luvussa kolme käsitellään aiempia tutkimuksia kuluttajakasvatuksesta ja siihen liittyviä pääteemoja. Tämän jälkeen luvussa neljä perehdytään tutkimuksen toteutukseen sekä metodologisten valintojen perusteluihin. Luvussa viisi tuodaan esille tutkimuksessa ilmenneitä lasten omia kokemuksia kuluttajuudesta sekä muita huomioita aineistosta.

Lasten kokemuksia on kerätty haastatteluilla sekä lapsia havainnoimalla. Haastatteluissa ja havainnoinnissa on hyödynnetty aiempien tutkimusten avulla esille nousseita teemoja. Luvussa kuusi tuodaan esille tutkimuksen johtopäätökset. Lopuksi luvussa seitsemän esitetään arviointia tutkimuksen luotettavuudesta ja eettisyydestä sekä mahdollisia jatkotutkimusehdotuksia.

2 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset

Tässä tutkimuksessa keskitytään pohtimaan alkuopetuksen mahdollisuuksia tukea lapsen kehittyviä kuluttajataitoja. Tässä kohtaa halutaan nimenomaan puhua mahdollisuuksista, koska positiivisen ilmapiirin luominen on tärkeää, jotta suomalaisessa kulttuurikontekstissa hankaliksi keskustelunaiheiksi leimautuneet raha ja kulutus tulisivat useammin esille vastuulliseen kuluttajuuteen aidosti motivoivalla tavalla myös tekojen kautta. Lisäksi tällä tutkimuksella pyritään edesauttamaan sitä, että lapset kokevat pystyvänsä keskustelemaan talouteen liittyvistä asioista nykyistä avoimemmin.

2.1 Tutkimuskysymykset

Tämän tutkimuksen tutkimuskysymyksenä on:

Miten lasten kuluttajataitoja voidaan tukea alkuopetuksessa?

Apukysymyksiä ovat:

Mistä kuluttajakasvatus koostuu?

Millaisia kokemuksia alkuopetusikäisillä lapsilla on itsestään kuluttajina?

Luvussa kolme pyritään vastaamaan ensimmäiseen apukysymykseen kuluttajakasvatuksesta. Aiempien tutkimusten perusteella selvitetään kuluttajakasvatukseen liittyviä pääteemoja.

Toisen apukysymyksen myötä tutkimuksessa halutaan tuoda esille alkuopetusikäisten lasten kokemuksia itsestään kuluttajina. Jotta kuluttajakasvatuksessa voidaan kehittää toimivia strategioita ja opetusmenetelmiä, täytyy myös tietää kuluttajien, tässä tapauksessa lasten, kokemusmaailmaa ja tarpeita (Ueno, Olczak & Takahashi, 2009, 181). Tutkimuksessa havainnoitiin 2. luokkalaisia lapsia kouluympäristössä kahden viikon ajan, jolloin oppilaille oli meneillään suunnitteleamme monialainen oppimiskokonaisuus arjen taitoihin liittyen. Jakson aikana oppilaiden kanssa vierailtiin läheisessä päivittäistavarakaupassa. Lasten kokemuksia kerättiin myös haastatteleamalla heitä yksittäin ja pareittain. Apukysymysten pohjalta pyritään lopuksi vastaamaan varsinaiseen tutkimuskysymykseen, miten lasten kuluttajataitoja voidaan tukea alkuopetuksessa.

2.2 Tutkimuksen keskeiset käsitteet

Tässä tutkimuksessa keskeisiä käsitteitä ovat *kuluttajataidot*, *kuluttajakasvatus* sekä *alkuopetus*.

Kuluttajataidoilla tarkoitetaan tässä tutkimuksessa niitä taitoja, jotka edistävät aktiivista kansalaisuutta sekä kykyä selviytyä erilaisissa kulutusympäristöissä ja –tilanteissa (Pohjoismainen ministerineuvosto, 2010, 29).

Kuluttajakasvatuksella puolestaan tarkoitetaan tässä tutkimuksessa kuluttajayhteiskunnassa elävän tietojen, taitojen ja ymmärryksen edistämistä yksilön, yhteisön, talouden ja ympäristön näkökulmasta. Kuluttajakasvatuksella tähdätään arjen taitojen kehittämisen kautta yksilön ja yhteiskunnan hyvinvointiin ja kestävään tulevaisuuteen. Tiivistetysti kuluttajakasvatuksen tavoitteena on omat tarpeensa tiedostava kriittinen kuluttaja, joka osaa monimutkaistuvilla markkinoilla tehdä hyviä päätöksiä sekä oman taloutensa, muiden ihmisten, että ympäristön kannalta. (Opetushallitus, 2018; Pohjoismaiden ministerineuvosto, 2010, 21; Ueno, Olczak & Takahashi 2009, 7-8.)

Alkuopetuksella tarkoitetaan Suomessa peruskoulun kahden ensimmäisen vuoden opetusta. Perusopetuslain (25§) mukaan oppivelvollisuus alkaa sinä vuonna, jolloin lapsi täyttää seitsemän vuotta. Pohjoismais-virolaisen kuluttajakasvatusryhmän jaottelun mukaan tässä tutkimuksessa keskitytään 6-9-vuotiaiden lasten kokemuksiin ja heidän kuluttajataitoihinsa (Nordic-Estonian Consumer Education Group, 2015, 2).

3 Lasten kuluttajakasvatuksesta

3.1 Perusteluja lasten kuluttajakasvatukselle

Lapset ja nuoret ovat tärkeä kohderyhmä kuluttajakasvatuksessa. Vuonna 2005 McNealin (2007, 22) mukaan 4-12-vuotiaat amerikkalaislapset käyttivät 42 miljardia Yhdysvaltain dollaria omia rahojaan tuotteisiin ja palveluihin, sekä vaikuttivat välillisesti tai välittömästi vanhempiansa kulutukseen yli 700 miljardin dollarin arvosta. Lapset käyttävät rahaa entistä nuorempina ja osallistuvat perheiden ostopäätöksiin entistä enemmän (Pohjoismaiden ministerineuvosto, 2010, 20; Ueno, Olczak & Takahashi, 2009, 12.) Aution (2006, 13) tutkimuksesta löytyy haastateltavan sitaatti, joka kuvaa tätä hyvin:

"Minusta tuli kuluttaja 18 vuotta sitten, kun aloin kuluttaa lähinnä Pilttiä ja lastenruokaa."

Kimmo, 18 v.

YK:n lapsen oikeuksien sopimuksen mukaan lapsilla tulee olla oikeus opetukseen, joka valmistaa vastuulliseen elämään yhteiskunnassa ja edistää kunnioitusta elinympäristöä kohtaan (Yleissopimus lapsen oikeuksista, 1991, 29 artikla). Markkinat ja palvelut ovat monimutkaistuneet viime vuosien aikana globalisaation ja digitalisaation myötä. Lapset kasvavat ympäristöön, jossa palvelut ja markkinointi kietoutuvat enemmän sosiaaliseen kanssakäymiseen. (Pohjoismaiden ministerineuvosto, 2010, 19.) Vaikka lapset oppisivatkin käyttämään erilaisia digipalveluita varsin näppärästi, niin heillä ei silti välttämättä ole valmiuksia kohdata kriittisesti ympäröivää tietotulvaa yksinään. Myös perheissä ja kavereiden kesken keskusteluaktiivisuus kuluttajuuteen liittyviin kysymyksiin on vaihtelevaa ja vaihtelevan sisältöistä.

Usein lasten kuluttajuutta ja lapsuuden kaupallistumista käsittelevässä keskustelussa lapset nähdään markkinoinnin viattomina uhreina. Tämä näkökulma kuitenkin näkee lapset homogeenisenä ryhmänä ja jättää huomiotta sen, että lapset ovat ryhmä yksilöitä, jotka ovat erilaisia esimerkiksi perhesuhteiltaan, kulttuurisen ja sosiaalisen taustansa, tietämyksensä ja itsetuntonsa suhteen. (Martens, Southerton & Scott, 2004, 159.)

3.2 Kuluttajakasvatuksen toteuttaminen eri maissa

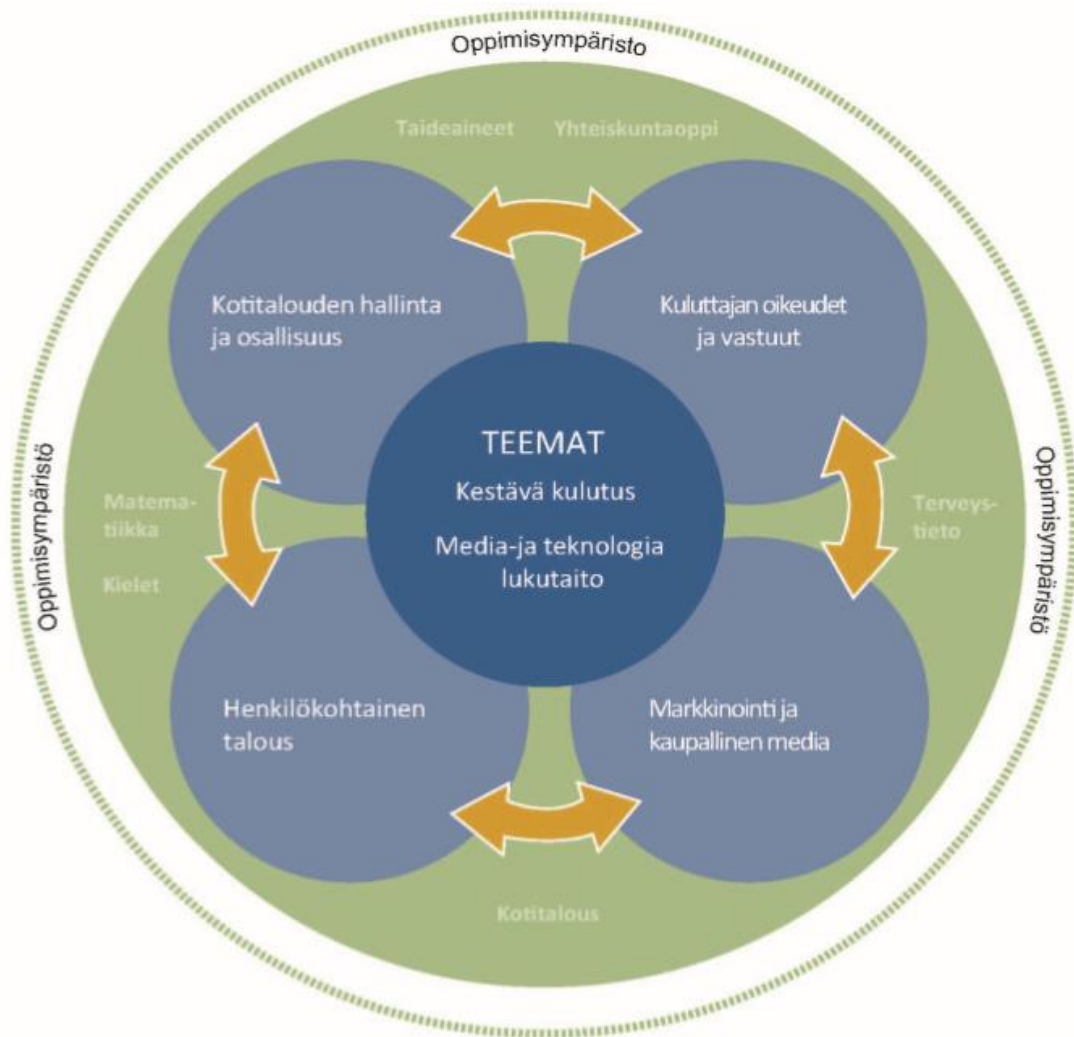
Kuluttajakasvatusta toteutetaan vaihtelevasti eri maissa. Esimerkiksi Japanissa, Etelä-Koreassa ja Chilessä laki määrittelee, miten kuluttajakasvatusta toteutetaan. Sen sijaan esimerkiksi Suomessa, Ruotsissa, Ranskassa ja Unkarissa kouluja velvoittaviin opetussuunnitelmiin on kirjattu kuluttajakasvatuksen tavoitteita. Myös kuluttajakasvatuksen näkökulma vaihtelee. Esimerkiksi joissakin maissa painotetaan kuluttajataitoja laajemmassa merkityksessä kiinnittäen huomiota ympäristövaikutuksiin ja muuhun vastuullisuuteen. Joissain muualla puolestaan keskitytään kuluttajansuojatyyppeihin asioihin. Monissa maissa kuluttajakasvatus on integroitu kouluissa muihin oppiaineisiin, kuten matematiikkaan, ympäristöoppiin ja kotitalouteen. (Ueno, Olczak, & Takahashi, 2009, 8-13.)

Tässä tutkimuksessa keskitytään kuluttajakasvatukseen ja sen kehittämiseen Suomessa. On hyvä huomioda, että Pohjoismaissa kuluttajakasvatuksessa painotetaan kasvamista itsenäisiksi, vaihtoehtoja vertaileviksi ja päätöstensä vaikutuksia arvioiviksi kuluttajiksi (Ueno, Olczak, & Takahashi, 2009, 13). Seuraavassa kappaleessa käydään läpi kuluttajakasvatuksen pääteemoja ja osa-alueita Pohjoismaisen ministerineuvoston (2010) jaottelun mukaan.

3.3 Kuluttajakasvatuksen pääteemat ja osa-alueet

Kuluttajan osaaminen muodostuu yksilön käsityksistä kuluttajan oikeuksista ja vastuista, lainsäädännöstä, yksilön ja kodin taloudesta, kaupallisuudesta, kotitalouden arjen hallinnasta sekä kaikkien näiden roolista yhteiskunnassa ja yksilön omassa elämässä. Kuluttajakasvatuksessa yhdistyy elämänmakuisesti näihin seikkoihin liittyviä taitoja, tapoja, tietoja ja asenteita. (Pohjoismaiden ministerineuvosto, 2010, 29.)

Kuluttajakasvatuksen tavoitteet pohjautuvat kahteen integroivaan avaintemaan: *kestävään kulutukseen* sekä *media- ja teknologialukutaitoon*. Kuluttajakasvatuksessa tavoitteena on liittää nämä avaintemat kaikkiin kuluttajakasvatuksen neljään osa-alueeseen: *kotitalouden hallinta ja osallisuus, kuluttajakauppa, yksityistalous, markkinointi ja kaupallinen media* (kuva 1). (Pohjoismaiden ministerineuvosto, 2010, 29.)



Kuva 1. Teemojen ja osa-alueiden eheyttäminen (Pohjoismainen ministerineuvosto, 2009, 30)

Kestävän kulutuksen teemalla tarkoitetaan sitä, että oppilaat kiinnittävät huomiota siihen, että omilla arjen kuluttamisen toimilla on vaikutusta tulevaisuuteen. Kestävä kulutus on oikeudenmukaista ja sopusoinnussa luonnon prosessien, monimuotoisuuden ja luonnonvarojen säilyttämisen- ja ylläpitoperiaatteiden kanssa myös sosiaaliset ja kulttuuriset ulottuvuudet huomioiden. Oppilaita ohjataan tukemaan kestävästä kehitystä. (Pohjoismaiden ministerineuvosto, 2010, 31.)

Osana oman elämän hallintaa nähdään myös *media- ja teknologialukutaito*, joka tässä on nostettu toiseksi kuluttajakasvatuksen oppisisältöjä eheyttäväksi teemaksi. Tavoitteena on, että oppilaille muodostuu kokonaisvaltainen käsitys median ja teknologian roolista ja merkityksestä yhteiskunnassa. Keskeistä on kriittisesti arvioida näiden vaikutusta elämäntyyliin, yhteiskuntaan ja ympäristöön, sekä ottaa itselle sopivia tuotteita ja palveluita

käyttöön, jotka tukevat hyvinvointia ja kestävästä kehitystä. (Pohjoismaiden ministerineuvosto, 2010, 31-32.)

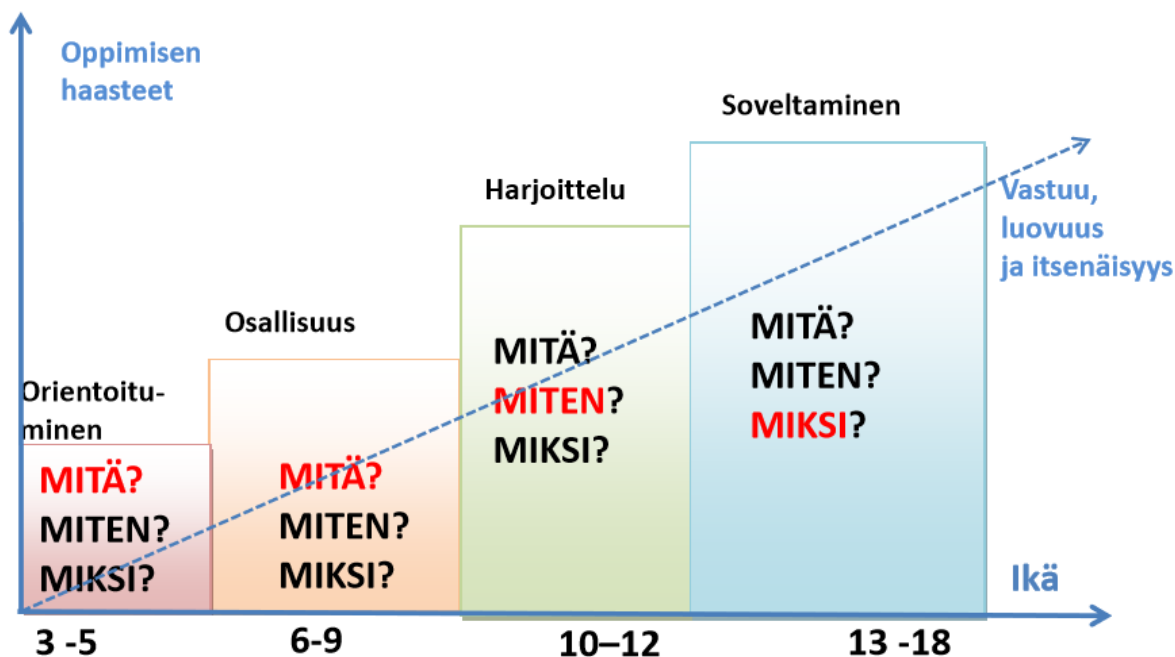
Kotitalouden hallinta ja osallisuus on aihealueista lähimpänä kuluttajan omaa arkea ja toimintaa ympäristössään. Kotitalouden hallinnalla tarkoitetaan tietoisuutta omasta ja ympäristön toiminnasta ja tilasta. Hyvin toimiva kotitalous on muuntautumiskykyinen ja varautuu etukäteen mahdollisiin muutoksiin. Kuluttaja arvioi kotitaloutensa sosiaalisia suhteita, ajanhallintaa, vapaa-aikaa, energian kulutusta ja kotitöitä. Arjen kannalta olennaista on myös osata hyödyntää tuotteiden ja palveluiden merkintöjä sekä olla tietoinen kuluttajan oikeudesta turvallisiin tuotteisiin ja palveluihin. (Pohjoismaiden ministerineuvosto, 2010, 32-33.)

Kuluttajakaupassa oppija toimii vastuullisesti markkinoilla ja tuntee oikeutensa. Hän arvioi tuotteiden ja palvelujen turvallisuutta ja laatua sekä noudattaa käyttöohjeita ja varoituksia. Olennaista on myös tuntea eri kaupankäynnin muotoja. (Pohjoismaiden ministerineuvosto, 2010, 34.)

Yksityistalous on merkittävä osa kotitalouden voimavaroja. Taloustaidoilla kuluttaja voi omilla voimavaroillaan järkevästi tasapainottaa talouttaan. Yksityistalouteen kuuluu myös tietoisuus kansallisen talouden ja oman kotitalouden tilanteen välisestä suhteesta. (Pohjoismaiden ministerineuvosto, 2010, 35.)

3.4 Kuluttajakasvatuksen tavoitteita alkuopetusikäisille

Suomessa opetuksessa laajennetaan taloustaitojen opetusta 4. vuosiluokalta alkaen, kun yhteiskuntaopin oppiaineen opetus alkaa. Vaikka myös ennen tätä kuluttajakasvatuksen teemoja on integroitu muiden oppiaineiden sisältöihin, niin tiedollisen puolen lisäys esimerkiksi kansallisen talouden ja oman talouden välisen suhteen merkityksestä vahvistuu yhteiskuntaopin opetuksen alkaessa.



Kuva 2. Kuluttajakasvatuksen opetuksen jatkumo (Nordic-Estonian Consumer Education Group, 2015, 3)

Pohjoismais-virolainen kuluttajakasvatus ryhmä on esittänyt, että kuluttajakasvatuksen oppimisen haasteissa edetään ikäryhmällä sopivalla tavalla (kuva 2). Esitetyt ikäryhmät ovat suuntaa-antavia ja vaihtelevat maittain koulujärjestelmien mukaan. Ensimmäisellä ja toisella jatkumon tasolla (ikäkaudet 3–5 ja 6–9) keskitytään ilmiöiden esittelyyn. Lapset havainnoivat ja rakentavat kokonaiskuvaa lähiympäristöstään sekä tutustuvat arkielämään hyvien tottumusten kautta sekä pohtivat järkeviä kulutusvalintoja. (Nordic-Estonian Consumer Education Group, 2015, 2-3.) Tässä tutkimuksessa on tarkoituksena keskittyä kuluttajataitojen tukemiseen alkuopetuksessa, joten keskityn tässä kohtaa 6-9-vuotiaiden ikäryhmän oppimistavoitteisiin.

Kestävän kulutuksen teemaa ajatellen alkuopetusikäisten parissa tavoitteena on kannustaa oppilasta toimimaan kestäväällä tavalla omassa toimintaympäristössään ja ohjata häntä miettimään omien valintojen vaikutuksia. Oppijalle tulisi myös tarjota mahdollisuuksia käyttää ohjatusti omia ja yhteisiä resursseja. (Nordic-Estonian Consumer Education Group, 2015, 4.) Opetussuunnitelmassa (Opetushallitus, 2014, 100) alkuopetusikäisille tavoitteena on ohjata oppilaita kriittiseen kuluttajuuteen ja miettimään, mitä taloudellisuus, kohtuullisuus ja ympäristön huomioon ottaminen tarkoittavat omassa kulutusvalinnoissa ja mitä ne merkitsevät omassa toiminnassa. Opetussuunnitelmassa mainitaan myös ympäristöherkkyyden kehittämisen tukeminen (Opetushallitus, 2014, 178).

Opetuksen tavoitteiksi media- ja teknologialukutaidon osalta esitetään, että oppijaa autetaan saamaan kokonaiskuva järkevästä digitaalisen median käytöstä ja häntä ohjataan käyttämään mediaa ja teknologiaa yhteisesti sovittujen sääntöjen mukaan. Lisäksi oppilaalle tulisi antaa mahdollisuuksia osallistua yhteisiin vastuullisiin media- ja teknologia valintoihin. (Nordic-Estonian Consumer Education Group, 2015, 4.) Myös opetussuunnitelma edellyttää opetukselta monilukutaidon sekä tieto- ja viestintäteknologian osaamisen huomiointia (Opetushallitus, 2014, 22-23), joten tämä teema ei voi jäädä opetuksessa pelkästään opettajan oman kiinnostuksen varaan. Vaikka voi vaikuttaa siltä, että lapsi osaa käyttää erilaisia laitteita näppärästi ja rohkeasti kokeillen, täytyy muistaa, että laitteiden käyttö on kuitenkin vain yksi osa mediataitoja. Sisältöjen tulkintaan, kriittiseen arviointiin ja yksityisyydensuojaan lapsi tarvitsee opastusta ja harjoittelua aikuisen ohjauksessa. (Mediakasvatusseura, 2016, 7.)

Kotitalouden hallinnan ja osallisuuden kannalta alkuopetusikäisten opetuksen tavoitteena on auttaa oppijaa hahmottamaan kuluttamisen perusprosesseja sekä osallistaa lasta kodin toimintoihin ja päätöksentekoon (Nordic-Estonian Consumer Education Group, 2015, 5). Koulutaipaleen aloittaminen edellyttää itsenäisyyden lisääntyessä uudenlaista vastuuta ja itsestä huolehtimisen taitoja (Opetushallitus, 2014, 100). Niinpä tässä ikävaiheessa on erityisen ajankohtaista vahvistaa oppilaan kykyä huolehtia omista tavaroista ja kiinnittää lapsen huomio omaan ja yhteisten voimavarojen käyttöön perheen ja yhteisön jäsenenä (Nordic-Estonian Consumer Education Group, 2015, 5). Oppilaita tuetaan itsearviointitaitojen kehittämisessä auttamalla tunnistamaan lapsen omia onnistumisia ja vahvuuksia (Opetushallitus, 2014, 49).

Kuluttajan oikeudet ja vastuut –osa-alueita ajatellen opetuksen tavoitteena on ohjata oppilasta ottamaan huomioon käyttöohjeet, tuoteselosteet ja -merkinnät käyttäessään tuotteita ja palveluita (Nordic-Estonian Consumer Education Group, 2015, 6). Oppilaita olisi hyvä kannustaa tutkimaan tuotteita tarkemmin monella tapaa: tuotteen kunto, tuoreus, pakkausmerkinnät. Alkuopetusikäiset harjoittelevat esimerkiksi päivämäärämerkintöjä ja kellonaikoja, joten viimeisten käyttöpäivämäärien ja muiden merkintöjen etsiminen tuotteista ovat konkreettisia tapoja harjoitella tuotteisiin tutustumista tarkemmin. Vastuullisuuteen liittyä myös oppilaan ohjaaminen pohtimaan terveyttä ja hyvinvointia tukevia tekijöitä omassa arjessa (Opetushallitus, 2014, 132).

Opetuksen tavoitteena on rohkaista lapsia miettimään omistajuuteen liittyviä vastuita ja oikeuksia sekä auttaa hahmottamaan erilaisia tapoja ostaa tavaroita ja palveluita. Verkossa asioimiseen on hyvä tutustua ja auttaa lapsia tunnistamaan mainos- ja sopimustekstien

sisältämä tieto. Opetussuunnitelmassa kannustetaan myös itsearviointiin ja kuluttajuuteen liittyen oppijoita tulisi motivoida arvioimaan omia toimintatapoja suhteessa rajoituksiin ja sääntöihin (Nordic-Estonian Consumer Education Group, 2015, 6-7: Opetushallitus, 2014, 49).

Yksityistalouden osa-alueeseen liittyen opetuksen tavoitteena on auttaa oppilasta hahmottamaan rahan arvo ja siihen liittyviä käsityksiä sekä keskustella hankintoihin tarvittavan rahan määrästä. Lapsille tulisi luoda mahdollisuuksia laskea, vertailla, säästää ja harjoitella ostamista sekä ohjata heitä käyttämään varoja järkevästi. Oppilaita myös haastetaan miettimään sosiaalisen paineen vaikutusta ostopäätöksiin ja mielihaluihin. (Nordic-Estonian Consumer Education Group, 2015, 7.) Oman talouden ja kansantalouden välisen yhteyden ymmärtämisen tueksi lapsia autetaan tutustumaan eri ammatteihin ja ymmärtämään niiden ja yleensä työn merkitys yhteiskunnassa, erityisesti perheiden arjen ja toimeentulon kannalta. Koulun, perheiden ja koulun ulkopuolisten toimijoiden välinen verkostoituminen monipuolistaa työskentelyä. (Opetushallitus, 2014, 101.)

Markkinointiin ja kaupalliseen mediaan liittyen lapsia autetaan tunnistamaan erityyppisiä mainoksia ja ohjataan ymmärtämään, että mainonnan tarkoitus on herättää ostohaluja. Oppijoita tuetaan muodostamaan kokonaiskäsitys omasta mediaympäristöstä. (Nordic-Estonian Consumer Education Group, 2015, 8.) On hyvä muistaa, että kun lasta haluaa tukea tässä ympäristön havainnoinnissa, myös aikuisen olisi hyvä olla perillä siitä, mikä lapsen elämässä on milloinkin tärkeää hänen mediaympäristössään (Mediakasvatusseura, 2016, 36).

3.5 Kuluttajakasvatuksen haasteita kouluissa

Kuluttajakasvatuksen järjestämiseen kouluissa liittyy myös haasteita: opetussuunnitelman ylikuormittuminen, vaikeudet motivoida opettajia, opettajien koulutuksen puutteellisuus, vaikeudet tehokkaasti verkostoitua muiden paikallisten toimijoiden kanssa, eri sidosryhmien yhteistyön parantaminen ja budjettirajoitteet (Ueno, Olczak, & Takahashi, 2009, 184).

Haasteena on myös markkinoiden nopeasti muuttuva luonne. Tämä edellyttää opettajilta kuluttajakasvatuksen tietojen ja taitojen jatkuvaa päivittämistä. Nykyisin kuitenkin monessa maassa tämän tyyppinen koulutus nojautuu pitkälti muiden organisaatioiden järjestämiin kursseihin ja koulutuksiin kuin varsinaiseen opettajankoulutukseen kuuluviin opintoihin. (Ueno, Olczak, & Takahashi, 2009, 184) Suomessa esimerkiksi Kuluttaja- ja kilpailuvirasto sekä Kuluttajaliitto järjestävät kuluttajakasvatuksen teemaan liittyviä koulutuksia.

Oppilaiden kanssa helposti hyödynnettäviä materiaaleja on huonosti saatavilla. Opettajilla ei ole aikaa tehdä materiaaleja itse eikä suunnitella kuluttajakasvatuksen opetuskokonaisuuksia alusta lähtien. Opettajilla olisi tarvetta nopeasti hyödynnettävälle ideapankille, josta löytyisi helposti omalle luokalle sovellettavia vinkkejä ja tehtäviä.

3.6 Opetuksen eheyttäminen ja opetusmenetelmät

Opetussuunnitelmassa puhutaan opetuksen eheyttämisestä. Tavoitteena on mahdollistaa opiskeltavien asioiden välisten suhteiden ja keskinäisten riippuvuuksien ymmärtäminen. Eheyttämisellä luodaan oppilaille mahdollisuuksia oppilaille oppilaita yhdistää eri tiedonalojen tietoja ja taitoja sekä jäsentää niitä itselle relevanteiksi monialaisiksi kokonaisuuksiksi. (Opetushallitus, 2014, 31.) Kuten aiemmin tässä tutkimuksessa on esitetty, kuluttaminen ja kuluttajakasvatus ovat ilmiöinä sellaisia, että ne ilmenevät monella tapaa elämän eri osa-alueilla lapsen arjessa. Niinpä on luonnollista puhua myös kuluttajakasvatuksen yhteydessä opetuksen eheyttämisestä.

Kuluttajakasvatuksessa on tarkoituksenmukaista siirtyä irrallisten ja yksittäisten asioiden oppimisesta kohti laajempien rakenteiden ymmärtämistä. Monipuoliset oppimisympäristöt, eheyttävät projektit, keskustelut, dramatisoinnit, tarinat, roolileikit, taide- ja mediapedagogiikka sekä simulaatiot voivat auttaa löytämään yhtymäkohtia opetuksen ja oman elämän välillä. (Pohjoismainen ministerineuvosto, 2010, 27.)

Alkuopetuksen työskentelytavoissa korostuvat tarinallisuus, leikinomaisuus ja toiminnallisuus (Opetushallitus, 2014, 98). Tarinoita ja satuja käytetään usein johdatteluna aiheeseen. Niin arkipäiväisestä asiasta kuin onkaan kysymys, niin kuluttamiseen, ostosten tekemiseen tai kaupassa käymiseen liittyviä alkuopetukseen soveltuvia tarinoita tai satuja on saatavissa varsin vähän. Kuluttajakasvatuksen näkökulmasta lapsille suunnatusta kirjallisuudesta esimerkkinä voisi mainita Golluchin ja Tustin (2010) kirjan *"Meidän perhe ruokakaupassa"*.

3.7 Lasten omien kulutuskokemusten merkitys kuluttajakasvatuksen kannalta

Ruckensteinin (2013, 164) mukaan on tyypillistä, että talouden toimintaperiaatteita opetetaan lapsille, jotta he voisivat jäljitellä niitä ja sopeutua niihin. Alle kymmenvuotiaiden lasten kohdalla painottuu opettajan antaman esimerkin merkitys (Nordic-Estonian Consumer

Education Group, 2015, 2). Toisaalta voidaan miettiä, mitä ylipäättään taloudesta kannattaisi kertoa lapsille, jos talouskasvatusta ajateltaisiinkin laaja-alaisemmin. Jos kuluttajakasvatus olisikin enemmän dialogia lasten kanssa, niin lapsilla ja nuorilla voisi olla aikuisia enemmän kykyä kyseenalaistaa vallitsevaa talousajattelua ja vaihtosuhteita. Näin lapset saattavat itseasiassa avata aikuisille uudenlaisen näkymän taloudesta. (Ruckenstein, 2013, 164-166.) Kuluttajakasvatuksessa puhutaankin nykyään myös taitojen uudelleen arvioinnista (Pohjoismaiden ministerineuvosto, 2010, 20).

Jotta lapsi voisi kokea kuluttajakasvatuksen merkityksellisenä, sen tulisi pohjautua lapsen omaan kokemusmaailmaan ja arjen ilmiöihin (Pohjoismaiden ministerineuvosto, 2009, 25). Omien kulutuskokemusten käsittely voi kuitenkin herättää sekalaisia tunteita. Esimerkiksi terveellisen ruuan merkitystä korostetaan opetuksessa, mutta silti monella lapsella ensimmäiset ostokset saattavat löytyä herkkuhyllyiltä. Rajala, Hilppö, Stenberg, Suvanto ja Mäki (2015, 102) huomauttavat, että lasten arki ja maailma ylipäättään on täynnä ristiriitaisuuksia. Koulu voisi olla hyvä paikka kohdata tällaisia hämmentäviä aiheita turvallisessa ympäristössä. Jos elämän ristiriitaisuuden jättää huomiotta, opetus voi tuntua etäiseltä. Ristiriitojen hyödyntäminen opetuksessa edellyttää kuitenkin luottamuksellista ilmapiiriä ja kykyä valita sopivia käsittelytapoja. Esimerkiksi taide voi mahdollistaa arkaluontoisten aiheiden käsittelyn turvallisella tavalla. Opetus, joka laittaa pohtimaan oman elämän ristiriitaisuuksia, vaatii opettajalta myös rohkeutta, vaivannäköä sekä herkkyyttä pysähtyä aidosti kuuntelemaan, mitä oppilaat kertovat kokemuksistaan ja ajatuksistaan. (Rajala, Hilppö, Stenberg, Suvanto & Mäki, 2015, 102-103.)

Lasten osallistumisen pohjana on ajatus siitä, että lapsille annettaisiin mahdollisuus osallistua ja tulla kuulluiksi etenkin perheessään ja lähiyhteisöissään. Suurimpana haasteena pidetään usein sitä, että sopivia osallistumistapoja käytännön tasolla on hankala löytää. Hedelmällisten tapojen kehittäminen edellyttääkin yhteistyötä lasten kanssa. (Satka, 2005, 18 ja 26.)

Koska tässä tutkimuksessa halutaan selvittää nimenomaan lasten omaa kokemusmaailmaa, on luontevaa haastatella heitä itseään. Satkan (2005, 17) mukaan Suomi on ainakin pohjoismaisessa vertailussa jälkijunassa lasten ja nuorten osallistumisen edistämiseksi. Viime aikojen kehityksestä huolimatta edelleen suurin osa oppilaista kokee, etteivät he pysty vaikuttamaan koulussa tapahtuviin asioihin tai että opettajat eivät ole heistä kiinnostuneita (Rajala, Hilppö, Stenberg, Suvanto & Mäki, 2015, 97). Tämä tutkimus pyrkii omalta osaltaan saamaan lasten äänen kuuluville.

4 Tutkimuksen toteuttaminen

4.1 Laadullinen tutkimus ja fenomenografinen lähestymistapa

Kuten aiemmissa kappaleissa on käynyt ilmi, kuluttajakasvatusta lasten näkökulmasta on tutkittu verrattain vähän. Tämän tutkimuksen tavoitteena on tuoda esille lasten omia subjektiivisia kokemuksia kuluttajuudesta ja miettiä sitä kautta, miten kuluttajataitoja voitaisiin alkuopetuksessa tukea. Laadullinen tutkimus on tässä kohtaa perusteltua, koska siinä pyritään valottamaan tutkittavien subjektiivisia näkökulmia heitä ympäröivästä maailmasta (Hatch, 2002, 7). Kvalitatiiviselle tutkimukselle ominaiseen tapaan tässä tutkimuksessa ei pyritä tilastollisiin yleistyksiin (Eskola & Suoranta, 1999, 61), vaan jokainen ilmiöstä saatu havainto on arvokas ja tutkimuksen kannalta merkityksellinen itsessään ja auttaa hahmottamaan esitettävää selitystä omasta näkökulmastaan (Alasuutari, 1999, 48-49). Laadullisen tutkimuksen tarkoitus on siis kuvata, ymmärtää ja tulkita ihmistä ilmiönä ja vuorovaikutuksessa (Lichtman, 2013, 17).

Tämän tutkimuksen lähestymistapa on fenomenografinen, koska tutkimuksen kohteena ovat erilaisia arkielämän ilmiöitä koskevat käsitykset ja lasten erilaiset tavat ymmärtää niitä. Jotta eri ajattelutavat tulisivat aineistosta ilmi, keskeistä tässä lähestymistavassa on kysymyksenasettelun avoimuus. (Huusko & Paloniemi, 2006, 162-163). Kirjallisuuskatsauksessa käsiteltyä teoreettista viitekehystä ei käytetä luokittelurunkona, eikä tarkoituksena ole testata valmiiksi esitettyjä hypoteeseja, vaan lähestymistapa on aineistolähtöinen. Aineistosta esiinnoitettuja käsityksiä luokitellaan ja tulkinta muodostuu vuorovaikutuksessa aineiston kanssa. Tarkoitus ei ole niinkään kiinnittää huomiota käsitysten määrälliseen painottumiseen vaan käsitysten laadullisiin eroihin. (Huusko & Paloniemi, 2006, 166 ja 169.)

4.2 Aineiston hankinta ja käsittely

Kuten Alasuutari (2005, 147) toteaa, sekä eettisistä että lain velvoittamista syistä lapsen osallistumisesta tutkimukseen sovitaan aina huoltajan kanssa. Tässä tutkimuksessa tutkimuslupa (liite 1) pyydettiin huoltajilta kirjallisena etukäteen. Lisäksi lapsille pyrittiin kertomaan mahdollisimman ymmärrettävästi, mistä tutkimuksessa on kysymys ja mihin lapsen

kertomia asioita on tarkoitus käyttää. Myös lapsilta itseltään kysyttiin lupa havainnointiin ja haastatteluihin.

Koska tässä tutkimuksessa on tavoitteena saada tietoa lasten omista kokemuksista kuluttajuudesta heidän arjessaan, on lapsudentutkimuksen ajattelutavan mukaisesti johdonmukaista kerätä tietoa heiltä itseltään (Alanen, 2009, 22). Lapsinäkökulmaisessa tutkimuksessa lasten viestejä kuunnellaan, nostetaan esiin ja analysoidaan lasten kokemuksia, näkökulmia, painoituksia, tapoja toimia ja ilmaista asioita. Haasteena tässä on se, että valtaosa tutkimuskäytännöistä on kehitetty aikuisille, eivätkä ne sovellu suoraan lapsitutkimukseen. (Karlsson, 2010, 123-125.)

Yleensä ottaen aikuinen näkee lapsen kasvatuksen, suojelun ja huolenpidon kohteena. Jotta aikuinen pystyisi näitä tehtäviä toteuttamaan, hänen on oltava jollain tapaa määräävässä asemassa suhteessa lapseen. Tämä näkyy myös tutkimushaastatteluissa sekä myönteisenä että kielteisenä asiana. Toisaalta tämä asetelma mahdollistaa haastattelijalle sen, että hän voi kysyä lapselta kaikenlaisia kysymyksiä ja odottaa lapselta rehellisiä vastauksia. Toisaalta ero valtasuhteissa voi vaikuttaa tutkimuksen tavoitteen kannalta kielteisellä tavalla. Kun tavoitteena on kuulla lapsen omia arkisia kokemuksiaan, lapsi voikin alkaa kertoa haastattelijalle, mitä hän tietää aiheesta sen sijaan, että kertoisia omista näkemyksistään. Lapsen runsaat en tiedä tai en muista –vastaukset voivat olla merkki tällaisesta valtaeron kielteisestä vaikutuksesta haastatteluun. (Alasuutari, 2005, 152-153.)

Lapsinäkökulmaa kritisoidaan siitä, ettei aikuinen tutkija pysty koskaan asettumaan lapsen asemaan. Karlsson kuitenkin huomauttaa, että yhtä lailla tätä perustetta voitaisiin käyttää myös muihin tutkimusaloihin esimerkiksi naistutkimukseen tai terveystutkimukseen. Mies ei voi samaistua naisen asemaan tai terve työikäinen tutkija sairaan vanhuksen asemaan. Tutkimuksessa voidaan kuitenkin etsiä niitä käytäntöjä, joilla päästään perille siitä, mikä lapsia kiinnostaa ja mitä he pitävät tärkeänä. (Karlsson, 2010, 132.)

Tämän tutkimuksen empiirinen aineisto on kerätty kahden viikon aikana luokanopettajaharjoittelun yhteydessä 2. luokkalaisia havainnoimalla ja haastatteleamalla. Havainnoituja lapsia oli 18 ja haastateltuja lapsia kahdeksan. Jakson aikana lasten kanssa toteutettiin arjen taitoihin liittyvä monialainen oppimiskokonaisuus, jossa osana oli myös kuluttajakasvatus ja siihen liittyvä vierailu läheiseen kauppaan. Kauppavierailua varten lapset kirjoittivat kauppiaille kysymyksiä heitä kiinnostavista aiheista kauppaan liittyen ja myös näitä kysymyksiä hyödynnettiin tutkimuksen aineistona.

Eskolan ja Suorannan (1999, 99-100) mukaan osallistuvalla havainnoinnilla tarkoitetaan sitä, että tutkija osallistuu tavalla tai toisella havainnoitavien yhteisön toimintaan. Tavoitteena oli, että lapset asettaisivat itselleen oppimistavoitteita jaksolle. Näissä pyrittiin ohjaamaan mahdollisimman vähän, jotta lapset pääsisivät itse miettimään, mikä asia itsestä tuntui omassa elämässä merkitykselliseltä. Koska tässä tapauksessa osallistuin havainnoitsijana myös opetussisältöjen suunnitteluun ja toteutukseen, voidaan osaltaan puhua myös osallistavasta havainnoinnista. Aineiston hankinnassa on osallistavan havainnoinnin piirteitä myös siitä syystä, että tavoitteena oli osallistuttaa oppilaita kulutusasioiden pohtimiseen myös jakson jälkeen (ks. Tuomi & Sarajärvi, 2006, 85). Grönfors (1982, 89) toteaaakin, että rajan vetäminen eri osallistumistapojen välille ei ole selvää.

Havainnoinnin käyttäminen ennen haastatteluja oli tässä tutkimuksessa perusteltua. Ensinnäkin tutkimuksia lasten omista kokemuksista kuluttajina löytyi hyvin vähän. Toiseksi havainnoinnin avulla asiat voidaan nähdä oikeissa yhteyksissään. Kolmanneksi haastattelu saattaa tuoda esille voimakkaammin ilmiöön liittyvät normit kuin ilmiöön varsinaisesti liittyvän käyttäytymisen. (Tuomi & Sarajärvi, 2006, 83.) Kuluttamiseen liittyvissä asioissa tällainen ristiriitaisuus on tyypillistä. Järkevää kuluttajuutta ihannoidaan ja haastatteluissa tämä tuodaan vahvasti esille kuten Ruckensteinin tutkimuksessa (2013, 126-128). Todellisuudessa yhteiset ostosreissut, heräteostosten tekeminen ja ulkona syöminen eivät ole harvinaisia viikonlopun viettotapoja suomalaisperheissä. Lisäksi havainnoinnilla pyritään monipuolistamaan tutkittavasta ilmiöstä saatua tietoa (Tuomi & Sarajärvi, 2006, 83; Hirsjärvi & Hurme, 2011, 38). Myös Darbyshire, MacGougall ja Schiller (2015, 430) toteavat tutkimuksessaan, että lasten kokemusmaailman eri näkökohdat tulevat paremmin esille, kun tutkimuksessa käytetään monia tutkimusmenetelmiä yhdessä.

Lasta haastatteleamalla saadaan kuvaa hänen kokemusmaailmastaan ja käsityksistään elämästä (Hirsjärvi & Hurme, 2011, 128). Oikeastaan on väärin puhua "lasten haastattelusta" yhtenä menetelmänä, sillä haastateltavien lasten ikä voi vaihdella muutamasta ikävuodesta 18-vuotiaisiin saakka (Hirsjärvi & Hurme, 2011, 129). Haastattelin lapsia harjoittelujaksoni loppupuolella, minkä koin hyväksi valinnaksi, sillä lapset keskustelivat kanssani paljon avoimemmin kuin harjoittelun alussa. Haastattelut toteutettiin sekä yksilö- että parihaastatteluina. Parihaastatteluja perustelen sillä, että kokemusten mukaan mielipiteiden saaminen lapsilta on helpompaa ryhmähaastatteluissa kuin muilla menetelmillä, koska haastattelutilanteessa pienet lapset voivat olla usein ujoja tai arkoja yksin (Hirsjärvi & Hurme, 2011, 63).

Haastattelut äänitettiin ja äänityksestä kerrottiin lapsille etukäteen. Erityisesti lapsia haastateltaessa on hyvä varata riittävästi aikaa, jotta molemmilla osapuolilla on riittävästi aikaa kysyä mahdollisista epäselvyyksistä ja selventää sanomaansa (Andersson, 1998, 8). Lisäksi ei pidä olettaa, että lapsi tuntee käsitteitä. Haastattelijan on hyvä tarvittaessa varmistaa, että lapsi ymmärtää sanoja, joita kysymyksessä on käytetty. (Hirsjärvi & Hurme, 2011, 131.) Haastattelurunko on esitelty liitteessä kaksi.

Äänitetyt haastattelut litteroitiin, jonka jälkeen aineistosta pyrittiin löytämään tutkimusongelman kannalta olennaiset aiheet. Eskola ja Suoranta (1999, 176) toteavat, että aineistosta tehty onnistunut teemoittelu edellyttää teorian ja empirian vuorovaikutusta, joka tutkimustekstissä näkyy niiden lomittumisena toisiinsa. Seuraavassa luvussa tuon esille tutkimuksen tuloksia aineistosta esiin tulleiden teemojen mukaisesti.

5 Tulokset

5.1 Lasten omat rahat

Haastatteluissa kävi ilmi, että kaikki haastateltavat olivat tehneet ostoksia joko yksin tai kavereiden kanssa ilman huoltajaa. Käyntikerrat kuitenkin vaihtelivat parista itsenäisestä ostoksesta säännölliseen viikoittaiseen asiointiin. Kaikki haastateltavat muistelivat, että olisivat tehneet ensimmäisen omatoimisen ostoksen ensimmäisen luokan aikana.

Yksi lapsi sanoi saavansa säännöllistä viikkorahaa viisi euroa viikossa. Suurin osa haastateltavista kertoi, että saa kotoa tarvittaessa vaihtelevan määrän rahaa, jos on menossa ostamaan jotain. Muutama lapsi keräsi palautuspulloja ja -tölkkejä ympäristöstä ja sai niistä käyttörahaa. Osa myös kertoi, että sai palauttaa kotiin kertyneet palautuspullot ja sai niistä palautuksen jälkeen rahat omaan käyttöönsä. Lapset saivat rahaa käyttöönsä myös mahdollisista lahjarahoista ja kotitöistä.

"No jos mä vaikka siivoan huoneen, ni silloin mä saan yhen euron. --- Me hierotaan mun kaverin äitiä, ni saadaan lisää rahaa."

"Me kerätään aina pulloja ja tölkkejä ulkoa. Tai sitten, jos ostetaan limsapulloja, ni otetaan ne talteen ja palautetaan sitten paljon yhtä aikaa ja jaetaan rahat (sisarusten kanssa)."

Jokainen haastateltava kertoi säästävänsä rahaa. Mielenkiintoista oli huomata, että pojat kertoivat säästävänsä rahaa muuten vaan, eikä heillä ollut erityistä säästökohdetta. Jokaisella haastateltavalla tytöllä sen sijaan oli tarkka säästökohde tai matka, jota varten he säästivät. Kiinnostava seikka ilmeni myös erään tytön haastattelussa, kun hän kertoi, että säästää rahaa Ideaparkin ostosreissua varten yhdessä kaverinsa kanssa. Kun tytöltä kysyttiin, paljonko hänellä itsellään on rahaa säästössään sitä varten, tyttö korjasi vastauksessaan ja sanoi, että *meillä* on rahaa XX euroa.

5.2 Lasten omat ostokset

Suurin osa haastateltavista kuvaili kaupassa käymistä mukavaksi ja hauskaksi. Pari haastateltavaa myös totesi, että ostoksilla käyminen on helppoa. Kaksi haastateltavaa kertoi,

ettei ollut löytänyt etsimäänsä tuotetta, jolloin oli kysynyt kassamyyjältä apua ja tuote oli löytynyt. Yksi tyttö toi esille, että kaupassa käyminen jännitti häntä hieman.

Haastattelija: Käytkö sää yksin tai kavereiden kans kaupassa?

Tyttö: Joo.

Haastattelija: Miltä se silloin tuntuu?

Tyttö: No kyllä mä mietin, että meneeköhän tää hyvin vai ei.

Haastattelija: Mikä sulla siinä mietityttää?

Tyttö: Että oonkohan mä laskenu ihan oikein, että jos mulla ei riitäkään rahat.

Haastattelija: Mietityttääkö sulla joku muu?

Tyttö: Ei

Lapset kertoivat omilla rahoillaan ostavansa pääasiassa herkkuja, kuten jäätelöä, karkkia ja virvoitusjuomia. Yksi lapsi sanoi ostavansa esimerkiksi välipalakeksejä, jos jonain päivänä vanhempi on sanonut, että herkkuja ei saa ostaa. Näiden lisäksi poikien haastatteluissa tuli esille harrastusvälineostokset ja lelut. Tyttöjen haastatteluissa tuli esille vaateostoksia, kauneudenhoitoon liittyviä tuotteita ja kirjoitusvälineitä. Lisäksi yksi tyttö kertoi säästävänsä rahaa iPadiin.

Lapsilta kysyttiin, mistä he tiesivät, paljonko kauppaan täytyy ottaa rahaa mukaan. Jokaisessa haastattelussa tuli esille, että vanhempi antoi sopivan rahamäärän mukaan. Yksi haastateltava kertoi tämän lisäksi, että joskus hän ottaa kotoa 20 euron setelin, koska hän ajatteli, että mikään tuote kaupassa ei maksa 20 euroa, joten raha riittäisi varmasti.

Haastattelussa kartoitettiin myös lasten kokemuksia omista onnistuneista ja huonoista ostoksista. Yksi poika kertoi onnistuneimmaksi ostoksekseen jääkiekkomailan, koska se on ollut hyvä maila ja hän oli ostanut sen tarjoushintaan. Eräessä haastattelussa tyttö puolestaan kertoi, että hänen paras ostoksensa oli peili, koska se oli helpottanut hänen arkeaan.

Haastattelija: Onko joku semmonen ostos, mihin oot ollut tosi tyytyväinen?

Tyttö: No ainaki se peili.

Haastattelija: Miksi sä oot ollu siihen tyytyväinen?

Tyttö: No jos mä oon yläkerrassa ja haluan tutkia, ni ei tarvi mennä alakertaan enää ja taas ylös.

Myös vaateostokset mainittiin onnistuneimpien ostosten joukossa, mutta haastateltava ei osannut kertoa, miksi hän piti niitä onnistuneina ostoksina. Yksi haastateltava kertoi parhaimmaksi ostoksekseen sen, että hän oli ostanut jotain kotoa puuttuvaa ruokaa ilman, että vanhemmat olivat pyytäneet häntä käymään kaupassa. Tästä hän oli saanut vanhemmilta kiitokset.

Huonoista tai sellaisista ostoksista, jotka olisivat harmittaneet jälkikäteen, lapset eivät kertoneet yhtä kuvaavasti kuin onnistuneista ostoksistaan. Moni sanoi, ettei ollut tehnyt huonoja ostoksia. Kaksi haastateltavaa toi tässä kohtaa esille, että oli ostanut tuotteen, joka oli mennyt melkein heti rikki ja se oli harmittanut.

5.3 Lasten valintaperusteet ostokselle

Kaikki haastateltavat toivat esille hinnan ensimmäisenä, kun kysyin, millä perusteella he ostavat jotakin. Yksi haastateltava totesi, että kalliimpi hinta ei välttämättä kerro siitä, että tuote olisi parempi, mutta hänen mukaansa yleensä se kuitenkin kertoo. Eräs toinen haastateltava puolestaan oli sitä mieltä, että kalliimpi hinta tarkoitti aina parempaa tuotetta. Yksi lapsi toi esille, että on tehnyt hintavertailua eri kauppojen välillä irtokarkkien kilohinnassa.

Yksi haastateltava kertoi tarkistavansa, että tuote on ehjä. Muissa haastatteluissa tuotteen kunnan tarkistaminen ei tullut esille. Yhdessä haastattelussa lapsi kertoi, että äiti on sanonut, että hän saa ostaa enintään 150 grammaa painavan karkkipussin herkkupäivänä. Yksi lapsi kertoi mainoksista puhuttaessa, että myös tuotteen sijainti vaikuttaa ostopäätökseen.

"No mä katon yleensä, että paljonko se maksaa ja mistä sitä saa. Että jos sitä saa jostain kauempaa, ni ei kannata lähteä kaukaa hakemaan."

Haastatteluissa tuli myös esille, että jos lapsi oli lähtenyt ostamaan vanhemman ostosreissulla unohtamaa tuotetta kaupasta, niin hänelle oli joko kerrottu tarkkaan, mikä tuote pitäisi ostaa tai sitten lapsi oli valinnut kaupasta saman tuotteen, mitä perheessä tavallisestikin oli ostettu. Tässä kohtaa yhdessä haastattelussa tuli puhetta myös ostosten määrästä, että pystyy sen verran ostamaan, että ostokset sai pyörällä helposti kuljetettua kotiin.

Ostopäätökseen vaikuttaviin tekijöihin liittyen tein mielenkiintoisen havainnon kouluruokalassa, kun koulun ruokalan tuulikaapissa oli yrityksen työntekijä vaihtamassa eteisen mattoja. Hänellä oli yllään t-paita, jossa luki selässä Lindström. Näin kuinka luokan

oppilas seurasi tuimasti työntekijän puuhia ja sitten hän luki ääneen t-paidan tekstin: "Lindström." Poika totesi, että Lindsrömin tuotteita ei kannata ostaa. Ihmettelin kommenttia ja kysyin, että miksi poika niin ajatteli. Hän kertoi, että Roope-Setä -lehdessä on ollut Lindsrömin tuotteita ja Roope-Setä on sitä mieltä, että niitä ei kannata ostaa, kun ne ovat Kulta-Into Piin yrityksen tuotteita. Keskustelu aiheesta ei jatkunut enää tämän jälkeen, mutta itselleni jäi se vaikutelma, että poika liitti vahvasti sarjakuvan yrityksen tähän todelliseen Lindström-yritykseen.

5.4 Muiden ihmisten vaikutus ostopäätöksiin

Yksi haastateltava kertoi, että saa itse päättää, mitä ja milloin omilla rahoillaan ostaa. Hän kertoi yleensä menevänsä koulun jälkeen yksin kauppaan ja ostavansa jotain herkkua. Osa lapsista kertoi, että vanhempi tai vanhemmat rajoittavat, milloin herkkuja saa ostaa tai minkä verran. Perheen yhteisillä ostosreissuilla vanhemmalta täytyi saada hyväksyntä ostokselle, jos ostoksen maksoi vanhempi.

"No välillä, jos on synttärit jollaki ja mennään ostamaan lahjoja, ni mä valitsen ne lahjat yleensä. Jos otan vaikka värityskirjan, ni mä kysyn aina äitiltä, että onks tää hyvä."

"No joskus ei saa ostaa herkkuja. Joskus saa. Jos ei saa ostaa herkkuja, ni sitten mä ostain jotain välipalakeksiä tai semmosta."

Haastattelussa kysyin lapsilta, miten kaverit vaikuttavat siihen, mitä itse ostaa kaupasta. Suurin osa koki, että päättää itse, mitä ostaa. Yksi haastateltava kertoi, että jos on kaupassa kavereiden kanssa, niin silloin hän kuuntelee kavereiden mielipiteitä. Eräässä haastattelussa tyttö kertoi, että kaverit eivät vaikuta mitenkään siihen, mitä hän ostaa. Hän kuitenkin kertoi, että säästävät kaverin kanssa yhdessä rahaa vaatteita varten.

"Sitten ku meillä on 30 (euroa), ni me voidaan ostaa vaatteitaki. Silleen, että meillä on sitte samanlaiset vaatteet."

Havannoin lapsia yhteisen kauppareissun aikaan ja huomasin, että lapset tekivät hyvin suoria ostoehdotuksia toisilleen. Lapset myös vertailivat tuotteita paljon pareittain tai pienissä ryhmissä. Lisäksi monet pohtivat ostosten yhteissummaa ja silloin lapset olivat toisilleen apuna laskemisessa. Loppujen lopuksi oppilaiden ostokset olivat hyvin saman tyyppisiä keskenään kauppavierailun aikana. Suurin osa osti välipalakeksin ja/tai hedelmäsMOOTHIEN. Kauppavierailun aikana pari oppilasta kertoi minulle, että terveellisen välipalan ostaminen on

tuttua puuhaa, koska heidän valmentajansa on ohjeistanut, että harrastusseuran reissuille saa ottaa mukaan ainoastaan terveellistä välipalaa.

5.5 Lasten osallistuminen perheen kulutus päätöksiin

Haastatteluisissa lapset toivat esille tapojaan osallistua perheen kulutus päätösten suunnitteluun ja ostopäätöksiin. Osa lapsista kertoi osallistuvansa kotona ostoslistan tekemiseen. Ostoslista oli tuolloin joko perheen yhteistä tai vanhemman kauppareissua varten. Kaikki haastateltavat kertoivat, etteivät tehneet ostoslistaa, jos olivat menossa tekemään pelkästään omia ostoksiaan. Jos puolestaan lapsi lähti kauppaan ostamaan perheen ostosreissulla unohtunutta tavaraa, niin silloin monet kertoivat ottavansa mukaan ostoslistan.

"No äiti on laittanu jääkaapin oveen lapun, että siihen laitetaan, jos jotain puuttuu. --- Jos mä vaikka aion leipoa, ni jos jotain puuttuu, ni sit mä kirjotan siihen. Ja sitten ku sitä on, ni mä leivon."

Kun kysyin lapsilta, miten he osallistuvat päätöksentekoon, jos perheeseen ollaan hankkimassa jotain isompaa ostosta esimerkiksi televisiota, niin monessa haastattelussa tämä kysymys herätti lapsissa hilpeyttä. Moni vastasikin naureskellen, ettei tuolloin osallistu päätöksentekoon mitenkään. Päädyin antamaan kysymyksessä esimerkkituotteen, koska puhuessani isommasta ostoksesta, niin lapset eivät oikein osanneet vastata kysymykseen. Jälkikäteen ajateltuna tässä olisi ollut hyvä kysyä lapsilta, mitä he itse pitivät isona ostoksena. Yhdessä haastattelussa kävi kuitenkin ilmi, että haastateltava oli kertonut oman mielipiteensä isälleen ennen trampoliinin hankintaa.

"Kaverilla on trampa, mikä makso 500 euroa, ni siinä saa vaan pienet pomput. Sanoin iskälle, että otetaan se 700 euron trampa. Siinä 700 euron trampassa saa paljon paremmat pomput, ku siinä 500 euron trampassa."

Kysyin lapsilta myös, miten he osallistuivat, jos kävivät perheen kanssa yhdessä kaupassa. Yksi lapsi kertoi, ettei osallistunut oikein mitenkään. Tarkentavien kysymysten myötä hän kuitenkin kertoi ehdottavansa tuotteita ostettavaksi.

Haastattelija: Jos käytte perheen kanssa kaupassa, ni miten osallistutte siihen kaupassa käymiseen?

Poika: No mä en kyllä yleensä osallistu sillon, ku käyn oman perheen kanssa.

Haastattelija: Mitä sä sillon teet, ku ootte kaupassa?

Poika: Mä vaan kävelen mukana.

Haastattelija: Haetko sä joskus kaverina tavaraa tai muuta semmosta?

Poika: No emmä oikeen.

Haastattelija: Jos ootte perheen kanssa kaupassa, ni käyttekö ehdottamassa jotain tavaraa, että voisko tämmöstä ostaa?

Poika: Joo. Mun sisko sanoo niin aika usein.

Muut haastateltavat kertoivat etsivänsä kaupasta vanhemman apuna tuotteita ja ehdottavansa jotain ostettavaksi. Kaikki haastateltavat kertoivat, että yleensä ostokseen täytyi kysyä vanhemman hyväksyntä. Yksi haastateltava kertoi, että sai itse päättää, minkä herkun kaupasta valitsee.

"No meidän äiti pyytää joskus, jos on jo menty niiden ohi, missä on makkaroita ja jogurtteja, ni jos se unohtaa ottaa vaikka makkaraa, ni se pyytää mua hakemaan."

"No mä yleensä etin sieltä (kaupasta) kaikkea."

Yksi tyttö kertoi, että jos hän on kotona huomannut, että jotain ruokaa puuttuu, niin hän on joskus käynyt ostamassa sen itse ja vanhemmat ovat kotona olleet ilahtuneita ja kiittäneet. Tämän haastateltava toi esille, kun tiedustelin hänen onnistuneinta ostostaan.

5.6 Lasten ajatuksia mainonnasta

Haastattelussa pyrin myös kartoittamaan lasten käsityksiä mainoksista. Lapset toivat esille, että mainoksilla houkutellaan ostamaan tuotteita. Useimmiten lapset liittivät mainokset hintatarjoukseen, jossa kerrotaan, että tuotetta saa nyt halvalla. Kaksi tyttöä myönsi, että ovat joskus ostaneet tuotteen mainoksen perusteella. Yksi poika kertoi pohtineensa eräässä kaupassa, että tarjoushinta olisi ollut korvausta huonosta valikoimasta.

"Kerran Halpa-Hallissa oli irtokarkit euron kilo. Se oli varmaan korvauksena siitä, ku siellä oli niin vähän karkkia jäljellä, että se oli korvaus siitä huonosta valikoimasta."

"No jos vaikka haluaa mainostaa jotain uutta tuotetta."

"Että tietää, että ne on halvalla nyt, että voi tulla ostamaan."

5.7 Lasten ajatuksia omien ostopäätösten vaikutuksista omaan ympäristöön ja terveyteen

Tätä osiota selvitin haastattelussa kahdella pääkysymyksellä: "Miten omilla ostoksilla voi vaikuttaa omaan terveyteen?" ja "Miten omilla ostoksilla voi vaikuttaa ympäristöön?" Monessa haastattelussa nousi esille se, että omat roskat täytyy laittaa roskiin, ettei roskita luontoa. Yksi poika ihmetteli sitä, että jotkut heittävän rahanarvoisia tyhjiä pulloja ja tölkkejä maahan. Eräs haastateltava totesi, että omilla ostoksilla ei pysty vaikuttamaan ympäristöön mitenkään.

Omaan terveyteen liittyen pari haastateltavaa totesi, että omaan terveyteen pystyy vaikuttamaan, ettei aina osta pelkästään herkuja vaan myös jotain terveellistä. Tähän teemaan liittyvät kysymykset haastateltavat kokivat oman arvioni mukaan haastavimmiksi ja näihin tulikin niukasti vastauksia muihin kysymyksiin verraten. Monessa haastattelussa lapsi vastasi näihin "En tiedä."

5.8 Lasten esittämiä kysymyksiä kauppiaille kauppavierailua varten

Vierailimme oppilaiden kanssa läheisessä päivittäistavarakaupassa. Vierailun aikana kauppias esitteli kaupan toimintaa ja vastaili lasten kysymyksiin. Ennen kauppareissua oppilaita pyydettiin kirjoittamaan kysymyksiä kauppiaille etukäteen, jotta kauppias tietäisi, mitkä asiat oppilaita kiinnostavat kauppaan liittyen. Oppilaita mietityttäneet kysymykset voidaan jaotella teemoihin seuraavasti: kauppiaan henkilökohtaiset tiedot, kauppiaan työ, tuotteet ja niiden alkuperä, hinnoittelu, asiakasmäärät, varkaudet, kaupan ulkoasu ja mainokset. Alla esimerkkejä lasten kirjoittamista kysymyksistä.

Mistä ruoka tulee? Mite määritelette hinnat? Miksi tästä kaupasta tuli niin iso? Kuinka monta asiakasta suurin piirtein käy päivässä? Mitä ostetaan eniten? Miten mainokset tehdään? Mitä kuuluu kauppiaan päivään? Miten voitte estää rosvot?

5.9 Havainnot kauppavierailulta

Kauppavierailulla tehtävänantona oli halutessaan ostaa enintään kahdella eurolla terveellistä välipalaa. Huomasin kahdessa erillisessä tilanteessa, miten kaksi oppilasta oli tulossa tutkimaan hedelmäosaston valikoimaa. Molemmissa tilanteissa toinen oppilas vilkaisi pikaisesti hedelmien hintoja ja totesi, että kaksi euroa ei riitä. Toinen oppilas yritti selittää, että hedelmä pitää punnita ennen kuin lopullisen hinnan tietää. Molemmissa tilanteissa oppilaat lähtivät kuitenkin pian etsimään muuta ostettavaa.

Kaksi muuta oppilasta halusi punnita banaanit, jotta tietäisivät paljonko niille tulisi hintaa. Vaa'an käyttö omatoimisesti ei ollut heille entuudestaan tuttua ja vieressä ollut myyjä tarjoutuikin heitä auttamaan. Lapset tuntuivat iloisesti yllättyvän siitä, että banaanille jäi hintaa 16 senttiä ja he molemmat päätyivät ostamaan itselleen banaanit.

Punnittavia tuotteita lukuun ottamatta näytti siltä, että oppilaille oli helppoa löytää tuotteen hinta. Lapset myös auttoivat toisiaan ostosten yhteissumman laskemiseksi. Satu kuulemaan, kun yksi oppilas käytti tässä hyödyksi hintojen pyöristystä: hänen kaverillaan oli kaksi tuotetta ja hän selitti, että koska molemmat tuotteet maksavat alle euron, niin loppusummankin täytyy olla alle kaksi euroa.

Kaksi poikaa kertoi jälkikäteen, että heillä oli ollut tarkoitus ostaa kaupasta lähdevettä, mutta olivat vahingossa ostaneet hiilihapollista lähdevettä. Pakkauksessa lähdevesi luki etiketissä isommalla ja hiilihapollinen pienemmällä tekstillä sen yläpuolella, ja tämä oli jäänyt pojilla huomaamatta.

Kaksi tyttöä tutki tarkkaan hedelmäsmoothien tuoteselostetta. Molemmat päätyivät ostamaan saman tuotteen. Suurin osa luokkalaisista osti kaupasta välipalakeksin ja/tai hedelmäsmoothien. Kaksi oppilasta kertoi, että niitä sai ostaa evääksi myös harrastusryhmän reissuille, joten siitä tiesi, että ne ovat terveellisiä välipaloja. Vaikka haastatteluissa monet totesivatkin, etteivät kaverit vaikuta ostopäätöksiin, niin kauppareissun aikana itselleni jäi vaikutelma, että ostoksia valittiin yhdessä kaverin kanssa.

Yksi poika kertoi ennen kauppareissua suunnittelevansa, että jättääkin käyttämättä kaksi euroaan terveelliseen välipalaan, eikä osta yhteiseltä kauppareissulta mitään, vaan menee sitten

koulun jälkeen omalla ajalla ostamaan rahalla herkkua. Luokanopettaja huomautti oppilaalle, että olisi hyvä kunnioittaa sitä tarkoitusta, mitä varten raha on vanhemmilta saatu ja sitä, että terveellisen välipalan ostamisen harjoittelua varten on varattu koulu-aikaa. Opettaja kuitenkin sanoi lopuksi pojalle, että poika tekee itse päätöksen, mihin rahan käyttää. Loppujen lopuksi poika päätyi ostamaan yhteiseltä kauppareissulta terveellisen välipalan.

6 Johtopäätökset

Aiemmissa luvuissa pyrin vastaamaan apukysymyksiin "*Mistä kuluttajakasvatus koostuu?*" ja "*Millaisia kokemuksia alkuopetusikäisillä lapsilla on itsestään kuluttajina?*". Näiden apukysymysten avulla esitän nyt päätelmiä vastatakseni päätutkimuskysymykseen "*Miten lasten kuluttajataitoja voidaan tukea alkuopetuksessa?*".

Havainnoin ja haastattelin 2. luokan oppilaita kahden viikon opetusharjoittelun aikana. Jaksolle olimme suunnitelleet yhdessä luokanopettajan kanssa monialaisen opetuskokonaisuuden arjen taitoihin liittyen, jossa kuluttajataidot kauppavierailuineen olivat osa kokonaisuutta. Jo suunnitteluvaiheessa huomasin, että teemaan liittyen oli hyvin vähän saatavissa valmiita, helposti omalle luokalle sovellettavissa olevia tehtäviä tai vinkkejä aiheen käsittelyyn.

Luvussa kolme toin esille kuluttajakasvatuksen järjestämiseen liittyviä haasteita. Opetussuunnitelman ylikuormittuminen, vaikeudet motivoida opettajia ja opettajien koulutuksen puutteellisuus nousivat näissä esille (Ueno, Olczak, & Takahashi, 2009, 184). Opetuskokonaisuutta suunniteltaessa luokanopettaja totesikin, että aika ei yksinkertaisesti riitä lähteä suunnittelemaan materiaaleja alusta alkaen.

Taloustaitoihin liittyen Suomen Pankin johtokunnan jäsen Olli Rehn vieraili Oulun yliopiston Kasvatustieteiden tiedekunnassa 25.4.2018 ja tilaisuudessa hän toi esille, että yhteistyötä kasvatusalan kanssa olisi syytä lisätä kansalaisten taloustaitojen kohentamiseksi. Keskustelussa luokanopettajaopiskelijat totesivat, että opettajankoulutuksessa taloustaitoja ei juuri tuoda esille, joten aiheeseen perehtyminen on oman kiinnostuksen varassa. Myös epävarmuus omien taloustaitojen suhteen vaikuttaa siihen, että aihe voi jäädä taka-alalle. Tämän perusteella tarvetta olisi helposti lähestyttävälle ideapankeille lasten kuluttajataitojen tukemiseksi. Myös yhteistyötä eri sidosryhmien tähän liittyen olisi syytä tiivistää.

Materiaalien saatavuuteen liittyen kuluttamista käsittelevää lasten kirjallisuutta oli valitettavan vähän tarjolla. Alkuopetuksessa tarinoita ja satuja käytetään usein johdatteluna käsiteltävään aiheeseen, mutta tässä kohtaa päädyin kirjoittamaan lyhyen tarinan itse. Haastatteluissa lapset kuvailivat kaupassa käymistä mukavaksi asiaksi, joten oli yllättävää huomata, että lapsia kiinnostavasta arkisesta aiheesta oli vaikea löytää tarinoita. Tuottamalla taloustaitoihin liittyvää lapsille sopivaa kirjallisuutta voidaan kevyesti johdattaa kuluttajataitojen maailmaan esimerkiksi havainnollistamalla kuluttamisen perusprosesseja lapsille tarinan muodossa.

Havainnointijakson aikana vierailimme oppilaiden kanssa läheisessä päivittäistavarakaupassa, jossa yrittäjä esitteli meille kaupan toimintaa ja kertoi yrittäjyydestä. Lapset olivat etukäteen tehneet kysymyksiä kauppiaille, ja monissa kysymyksissä lapsia kiinnostikin kauppiaan työ ja mistä tavarat kauppaan tulevat. Keskustelussa kauppiaan kanssa selvennettiin monen eri toimijan osaa päivittäistavarakaupassa ja miten raha liikkuu toimijalta toiselle.

Opetussuunnitelmassa todetaan, että koulun, perheiden ja koulun ulkopuolisten toimijoiden välinen verkostoituminen monipuolistaa työskentelyä (Opetushallitus, 2014, 101). Kauppavierailulla osoittautui olevan merkitystä myös alueellisen yhteisöllisyyden kannalta. Vierailun jälkeen kauppias kertoi koululaisten kauppareissusta Facebookissa, ja tämä sai paljon kiitosta alueen Facebook-ryhmän keskustelussa.

Alkuopetusikäisille tavoitteena on rohkaista heitä tutustumaan tuotteisiin ja niiden merkintöihin. Erilaiset mittayksiköt ja kellonajat tulevat tutuiksi 1-2.vuosiluokilla, joten oppiminen voisi olla elämänmakuisempaa, jos esimerkiksi tuotteiden paino- ja tilavuusmerkintöjä etsisi kotoa tai kaupasta löytyvistä elintarvikkeista. Myös päivämäärämerkintöjen ja valmistusaikojan etsiminen tuotteista voi tuntua mukavalta salapoliisitehtävältä. Kauppavierailun aikana hedelmien- ja kasvien punnitseminen oli osalle lapsista vieras asia, joten painojen opettelussa hedelmävaaka on oiva mahdollisuus tutkivaan oppimiseen. Koulun lähialueella ei välttämättä ole kaupaa, mutta eräässä haastattelussa oppilas toi esille, että luokkaan voisi perustaa leikkikaupan. Kotoa voisi tuoda tyhjiä paketteja ja niillä voisi käydä kaupaa luokassa.

Tavoitteena on myös osallistaa lapsia kodin toimintoihin ja päätöksentekoon. Koulun ja kodin välinen yhteistyö on tässä avainasemassa. Opetussuunnitelmassa sanotaan, että kodin ja koulun yhteistyö edistää oppilaiden hyvinvointia (Opetushallitus, 2014, 35). Haastatteluissa ilmeni, että lasten tavat osallistua perheen talouden suunnitteluun ja toteuttamiseen vaihtelivat. On luonnollista, että perheissä keskustellaan taloudesta eri tavoin ja omassa taloudessa ajankohtaiset asiat voivat olla hyvinkin erilaisia. Opettajat ovat tärkeässä roolissa, että perheitä kannustetaan ottamaan lapsi mukaan oman talouden toimintoihin.

Haastatteluissa keskusteltiin myös mainoksista ja kavereiden vaikutuksesta omaan päätöksentekoon. Lapset liittivät mainokset usein hintatarjoukseen. Mainosten tarkoitus puolestaan tuntui olevan hyvin heidän tiedossaan: houkutella ostamaan. Oppilaiden kanssa on kuitenkin hyvä keskustella erityyppisistä mainoksista ja auttaa heitä tunnistamaan niitä myös

digitaalisissa ympäristöissä. Esimerkiksi internetiä selaillessa tai peliä pelatessa lapsi ei välttämättä osaa mieltää mielenkiintoista banneria mainokseksi.

Kavereiden ja muiden ihmisten vaikutuksesta omiin ostopäätöksiin on myös syytä keskustella lasten kanssa. Kauppavierailun aikana lasten ostokset olivat saman tyyppisiä keskenään. Toisaalta ohjeistuksena oli halutessaan ostaa terveellinen välipala, joten mahdotonta sanoa olisiko ostoksissa ollut enemmän vaihtelua, jos lapset olisivat saaneet ostaa myös jotain herkkua. Haastatteluissa kävi ilmi, että lapsilla voi olla myös yhteistä säästämistä, joten tärkeää on kannustaa lapsia pohtimaan vastuuta ja arvioimaan omaa toimintatapaa suhteessa oikeaan ja väärään. Lapsi on voinut saada rahaa jotain tiettyä hankintaa varten ja ostoksen tekeminen voi jäädä lapsen vastuulle, joten myös tällaisia tilanteita kannattaa oppilaiden kanssa käydä läpi totuuteen ja valheeseen liittyen.

7 Pohdinta

7.1 Tutkimuksen eettisyyden pohdinta ja luotettavuuden arviointi

Tutkimukseen on kysytty lupa sekä lasten huoltajilta että lapsilta itseltään. Lapsille on kerrottu etukäteen havainnoinnista ja haastatteluiden äänityksistä. Lisäksi oppilaille on pyritty kuvaamaan lapsen kehitystasolle sopivalla tavalla tutkimuksen tarkoitus. Lasten henkilöllisyyttä ei missään vaiheessa raporttia tuoda esille.

Haastatteluaineiston laatu vaikuttaa tutkimuksen luotettavuuteen (Hirsjärvi & Hurme, 2011, 185). Tämän tutkimuksen aineiston laadukkuutta on tavoiteltu tekemällä haastattelurunko etukäteen ja miettimällä, miten teemoja voidaan syventää ja millä vaihtoehtoisilla tavoilla samaa asiaa voidaan kysyä. Haastattelujen äänitysten kuuluvuus varmistettiin ja kaikki haastattelut onnistuivat teknisesti hyvin. Lisäksi haastattelut litteroitiin pian haastattelujen jälkeen. (ks. Hirsjärvi & Hurme, 2011, 184-185.) Analyysivaiheen päättelyyn puolestaan on pyritty tuomaan läpinäkyvyyttä tuomalla tuloksissa esiin sitaatteja haastatteluista. Tutkimuksen luotettavuutta on pyritty myös parantamaan käyttämällä menetelmätriangulaatiota eli tutkimuskohdetta on tutkittu useammalla menetelmällä (Eskola & Suoranta, 1998, 70).

Lapsia haastateltiin muutama päivä yhteisen kauppavierailun jälkeen, joten on mahdotonta sanoa, mikä vaikutus kauppavierailulla ja vierailun aikana käydyillä keskusteluilla oli lasten vastauksiin. Lasten vastaukset liittyivät usein nimenomaan ruokakauppaan ja he viittasivat joissakin vastauksissaan yhteiseen kauppareissuun. Toki lasten ostokset keskittyvät paljon päivittäistavarakauppoihin alkuopetusikäisillä, mutta huomasin, että lisäkysymyksiä tekemällä olisi saatu laajennettua, ovatko lapset tehneet ostoksia esimerkiksi keskenään, kirpputoreilla tai internetissä.

Haastavimmaksi olen kokenut sen, että mikä on sopiva tapa tuoda lapsille esille tutkimuksen tuloksia. Kyseisessä koulussa on myös tulevana vuosina tarkoitus järjestää vastaavanlainen opetuskokonaisuus arjen taitoihin liittyen ja oppilaille kerrottiin, että heidän kokemusten pohjalta kokonaisuuden opetussisältöjä pyritään kehittämään. Niinpä tällä hetkellä parhaimmalta vaihtoehdolta tuoda tutkimustuloksia esille lasten kehitystasoa vastaavalla tavalla, on kertoa suunnitelmia tulevasta opetuskokonaisuudesta: mitä muutoksia lasten kokemusten perusteella kokonaisuuteen olisi tulossa.

7.2 Jatkotutkimusehdotuksia

Lasten kuluttajataitojen edistäminen tarvitsee edelleen tutkimusta lasten omista kokemuksista. Koska kodin ja koulun yhteistyö on avainasemassa lasten kuluttajataitojen kehittämisessä, olisi perusteltua tutkia niin huoltajien, opettajien kuin opettajaopiskelijoidenkin kokemuksia, mielipiteitä ja käsityksiä kuluttajataitoihin liittyen.

Suomessa on paljon kuluttajataitoihin liittyvää asiantuntijaosaamista ja esimerkiksi Kuluttaja- ja kilpailuvirasto on esitellyt opetussuunnitelmaa huomioiden kuluttajataitojen opetukseen vinkkejä (Kuluttaja- ja kilpailuvirasto, 2018). Vaikka tavoitteita opetukseen liittyen on sivuilla mainittu myös alkuopetusikäisille, niin konkreettiset tehtäväideat ja materiaalit ovat pääosin vanhemmille lapsille suunnattuja. Olisi hyvä selvittää, miten yhteistyö koulujen ja muiden tahojen kanssa saataisiin toteutettua nykyistä paremmin.

Lähteet

- Andersson, G. (1998). *Föräldrakontakt och familjetillhörighet ur fosterbarns perspektiv. Socialvetenskaplig tidskrift* 5(1), 3-23.
- Alanen, L. (2009). *Johdatus lapsuudentutkimukseen*. Teoksessa: Alanen, L. & Karila, K. (toim.): *Lapsuus, lapsuuden instituutiot ja lasten toiminta*, 9-30. Tampere: Vastapaino.
- Alasuutari, M. (2005). *Mikä rakentaa vuorovaikutusta lapsen haastattelussa?* Teoksessa: Ruusuvoori, J. & Tiittula, L. (toim.): *Haastattelu. Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus*, (145-162). Tampere: Vastapaino.
- Alasuutari, P. (1999). *Laadullinen tutkimus*. Jyväskylä: Vastapaino.
- Autio, M. (2006). *Legoista Leviksiin – kuluttajaksi kasvun aakkoset*. Teoksessa: Lehtimäki, H. & Suoranta, J. (toim.) *Kasvattajan brändikirja*, 13-26. Keuruu: Otavan kirjapaino.
- Darbyshire, P., MacGougall, C. & Schiller, W. (2015). Multiple methods in qualitative research with children: more insight or just more? *Qualitative Research* 5(4), 417-436.
- Eskola, J. & Suoranta, J. (1999). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Jyväskylä: Vastapaino.
- Golluch, N. & Tust, D. (2010). *Meidän perhe ruokakaupassa*. Alkuteos: *Mein erstes Buch vom Einkaufen*. (Suom. Hurme-Keränen, A.) Karkkila: Kustannus-Mäkelä Oy.
- Grönfors, M. (1982). *Kvalitatiiviset kenttätömenetelmät*. Juva: WSOY.
- Hatch, J. A. (2002). *Doing qualitative research in education settings*. Albany: State University of New York Press.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. (2011). *Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Holhustoimilaki. [Verkkodokumentti: viitattu 3.4.2018]. Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990442#L4P24>
- Huusko, M. & Paloniemi, S. (2006). Fenomenografia laadullisena tutkimussuuntauksena kasvatustieteissä. *Kasvatus: Suomen kasvatustieteellinen aikakauskirja* 37(2), 162-173.
- Karlsson, L. (2010.) *Lapsinäkökulmainen tutkimus ja aineiston tuottaminen*. Teoksessa Kallio, K. P., Ritala-Koskinen, A. & Rutanen, N. (toim.) *Missä lapsuutta tehdään?* Nuorisotutkimusverkosto / Nuorisotutkimusseura, 121-142. Helsinki: Yliopistopaino.

- Kuluttaja- ja kilpailuvirasto. [Verkkodokumentti: viitattu 8.7.2018.] Saatavissa: <https://www.kkv.fi/opettajalle/>
- Kuluttajaliitto. [Verkkodokumentti: viitattu 16.10.2017.] Saatavissa: <https://www.kuluttajaliitto.fi/tietopankki/oman-talouden-hallinta/lasten-ja-nuorten-talous/>
- Lichtman, M. (2013). *Qualitative research in education: A user's guide* (3rd ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Martens, L., Southerton, D. & Scott, S. (2004). *Bringing Children (and Parents) into the Sociology of Consumption. Towards a theoretical and empirical agenda*. Journal of Consumer Culture 4(2), 155-182.
- McNeal, J. U. (2007). *On Becoming a Consumer. The Development of Consumer Behavior Patterns in Childhood*. Amsterdam: Elsevier Inc.
- Mediakasvatusseura. (2016). *Lasten mediamaailma pähkinänkuoressa*. Teoksessa: Huhtanen, E. (toim.) *Mediakasvatusseuran julkaisuja*, 5/2016. [Verkkodokumentti: viitattu 30.6.2018.] Saatavissa: <http://www.mediakasvatus.fi/wp-content/uploads/2016/12/Lasten-mediamaailma-pahkinankuoressa.pdf>
- Nordic-Estonian Consumer Education Group. (2015). [Verkkodokumentti: viitattu 7.4.2018.] Saatavissa: <https://www.kkv.fi/globalassets/kkv-suomi/opettajalle/julkaisut/fi/lasten-ja-nuorten-kuluttaidot---opetuksen-tavoitteita.pdf>
- Opetushallitus. (2014). *Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteet*. Helsinki: Grano Oy.
- Opetushallitus. (2018). [Verkkodokumentti: viitattu 6.4.2018.] Saatavissa: www.edu.fi/yleissivistava_koulutus/aihekokonaisuudet/osallistuva_kansalaisuus_ja_yrittajyys/aktiivinen_kansalaisuus/kuukausiteemat/huhtikuu_valistunut_kuluttaja_ja_la_hymparisto/kuluttajakasvatus
- Pohjoismaiden ministerineuvosto. (2010). *Kuluttajakompetenssien oppiminen – kuluttajakasvatuksen strategia. Ehdotus kuluttajakasvatuksen tavoitteiksi ja sisällöiksi*. Kööpenhamina: Rosendahls – Schultz Grafisk a/s.
- Perusopetuslaki. [Verkkodokumentti: viitattu 5.1.2019]. Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1998/19980628#L7P25>

- Rajala, A., Hilppö, J., Stenberg, K., Suvanto, T-E. & Mäki, L. (2015). *Opetuksen omakohtaistaminen ja osallistava pedagogiikka*. Teoksessa: Cantell, H. (toim.) *Näin rakennat monialaisia oppimiskokonaisuuksia*, 97-106. Juva: Bookwell Oy.
- Raijas, A. & Wilska, T-A. (2008). *Johdanto*. Teoksessa Raijas, A. & Wilska, T-A. (toim.) *Perhe kulutusyhteiskunnassa*, 7-16. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.
- Ridge, T. (2002). *Childhood poverty and social exclusion. From a child's perspective*. Bristol: The Policy Press. Lainannut: Forssén, K. (2005). *Lasten köyhyys 2000-luvun Suomessa*. Teoksessa: Tulva, T. (toim.), *Lapsen kasvu ympäristö ja sosiaaliset taidot*, 29-41. Helsinki: Opetus-, kasvatus- ja koulutusalojen säätiö.
- Ruckenstein, M. (2013). *Lapsuus ja talous*. Tallinna: Gaudeamus Oy.
- Satka, M. (2005). *Lasten yhteiskunnallinen osallistuminen ja yhteisöllisyyteen kasvaminen*. Teoksessa: Tulva, T. (toim.) *Lapsen kasvu ympäristö ja sosiaaliset taidot*, 17–28. Helsinki: Okka-säätiö.
- Siljander, Pauli (2014). *Systemaattinen johdatus kasvatustieteisiin*. Tampere: Vastapaino.
- Talouselämä (19.6.2017). [Verkkodokumentti: viitattu 4.4.2018]. Saatavissa: <https://www.talouselama.fi/uutiset/nuorten-taloustaidot-ovat-hukassa-tassaratkaisu/497986be-941b-347e-b937-3404caeea03f>
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2006). *Laadullinen tutkimus ja sisällön analyysi*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Turja, L. (2012). *Lasten osallisuus varhaiskasvatuksessa*. Teoksessa: Hujala, E. & Turja, L. (toim.) *Varhaiskasvatuksen käsikirja*, 41-53. Juva: PS-kustannus.
- Ueno, Y., Olczak, M. & Takahashi, Y. (2009). *Promoting consumer education : trends, policies and good practices*. Paris: OECD.
- Wilska, T-A. (2008). *Lasten materialistiset kulutusasetteet ja kuluttajaksi sosiaalistuminen*. Teoksessa Raijas, A. & Wilska, T-A. (toim.) *Perhe kulutusyhteiskunnassa*, 33-50. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.
- Yleissopimus lasten oikeuksista. (1991). [Verkkodokumentti: viitattu 8.4.2018] Saatavissa: https://www.finlex.fi/fi/sopimukset/sopsteksti/1991/19910060/19910060_2#idp450855

Liite 1 / Tutkimuslupahakemus



21.4.2018

Hyvä huoltaja

Olen luokanopettajaopiskelija Oulun yliopistosta ja tekemässä kandidaatin työtä sekä edelleen pro gradu –tutkielmaa lasten kuluttajataidoista ja niiden tukemisesta alkuopetuksessa. Tutkimukseni tavoitteena on selvittää, **millaisia kokemuksia alkuopetusikäisillä lapsilla on itsestään kuluttajina**. Tutkimusta varten havainnoin lapsia ja teen lyhyitä epämuodollisia haastatteluja koulupäivän aikana. Tämän jälkeen haastattelen osaa lapsista yksin tai pienemmissä ryhmissä. Haastattelu kestää n. 15 min ja se nauhoitetaan, jotta materiaalia olisi helpompi tulkita jälkikäteen. **Lapsi ei ole millään tavoin tunnistettavissa tutkimuksen tuloksista. Anonymiteetti säilytetään.** Osallistuminen tutkimukseen on täysin vapaaehtoista. **Jotta lasten kuluttajataitojen tukemista pystytään kehittämään opetuksessa, lasten omien kuluttajakokemusten kuuleminen olisi kuitenkin erityisen tärkeää.**

Koska kyse on alaikäisen henkilön osallistumisesta tutkimukseen, tarvitsen tutkimusluvan huoltajalta. Kysyn suostumuksen tutkimukseen osallistumisesta myös lapseltanne. **Pyydän täyttämään sekä allekirjoittamaan oheisen lomakkeen. Allekirjoitettu lomake palautetaan koululle 4.5.2018 mennessä.** Jos haluatte kuulla tutkimuksesta lisää, annan mielelläni lisätietoja joko sähköpostitse tai puhelimitse.

Ystävällisin terveisin,

Kati Pajari

kati.pajari@student oulu.fi

p. 0408461407

TUTKIMUSLUPAHAKEMUS

Tämä sivu palautetaan koululle 4.5.2018 mennessä.

Kandidaatin tutkielma sekä pro gradu -tutkielma

Lasten kuluttajataitojen tukeminen alkuopetuksessa

Tutkija: Kati Pajari

Oulun yliopisto, Kasvatustieteiden tiedekunta

Rastita valitsemasi vaihtoehto.

	Kyllä	Ei
Suostun siihen, että lastani voidaan hänen halutessaan <u>havainnoida</u> koulupäivän aikana tätä tutkimusta varten.		
Suostun siihen, että lastani voidaan hänen halutessaan <u>haastatella</u> tätä tutkimusta varten.		

Lapsen nimi: _____

Päivämäärä ja paikka: _____

Huoltajan allekirjoitus ja nimenselvennys:

Liite 2 / Haastattelurunko

Mitä ajattelet kaupassa käymisestä? Miltä se tuntuu?

Kenen kanssa käyt kaupassa?

Miten kaupassa käyminen on sujunut?

Mikä kaupassa käymisessä on helppoa/vaikeaa?

Mistä saat rahaa yleensä?

Miten valmistaudut kauppareissulle? Miten suunnittelet ostoksia etukäteen? Mistä tiedät, paljonko pitää ottaa rahaa mukaan kauppaan?

Mitä ostat kaupasta?

Millä perusteella ostat jotakin? Miten valitset tuotteen?

Miten tutkit tuotetta ennen kuin ostat sen?

Mihin ostokseesi olet tyytyväinen? Miksi?

Mihin ostokseesi et ole tyytyväinen? Miksi?

Miten osallistut ostosten tekemiseen, jos käyt perheen kanssa kaupassa?

Miten omilla ostoksilla voi vaikuttaa ympäristöön/terveyteen?

Miten kaverit vaikuttavat siihen, mitä ostat? Miten sinä vaikutat kavereiden ostoksiin?

Miten paljon pystyt itse vaikuttamaan siihen, mitä ostat?

Mikä olisi sinun mielestäsi hyvä tapa harjoitella ostamista?

Mitä ajattelet mainoksista? Mitä varten mainokset ovat mielestäsi?

Mitä ajattelet säästämisestä? Säästätkö rahaa? Mitä varten säästät?

Mitä muuta haluat sanoa?